PROGRESS könyvek

PETŐ PÉTER

Gyilkos lájkok

Manipuláció, nyilvánosság, újságírás a Facebook és Orbán Viktor korában

A PROGRESS könyvek sorozat a magyar társadalmat manapság leginkább foglalkoztató kérdéseket kívánja megtárgyalni és a közérdeklődésre számot tartó témákban – a tudományos esszé műfajában – vitát kezdeményezni. Kinyitva az ablakot Európára, a kontraszt a kelet-közép-európai régió és az európai főútvonal között nagyon is lesújtó. Jelenleg a jövő felélése folyik, ami súlyosan veszélyezteti az egész ország, de különösen a most belépő nemzedék európai jövőjét. A PROGRESS könyvek sorozatban minden szerző a maga területén, a széles szakirodalom alapján próbálja meg feltárni azokat a lehetőségeket, amelyek megnyílnak Magyarországon az európai főútvonalhoz való visszatéréssel. Nyugat-Európa számunkra sok tekintetben a „jövő a jelenben" világát jelenti, mert lehetővé teszi a regionális sajátosságoknak is megfelelő új távlatok felvázolását. A konfliktusaiban önmagán túlmutató jelen már jelzi a jövő körvonalait, és a könyvsorozat a jelenlegi helyzet éles kritikai elemzésével ennek a jövőképnek a kialakítását szeretné elősegíteni.

PETŐ PÉTER

Gyilkos lájkok

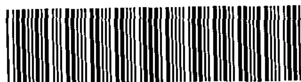
Manipuláció, nyilvánosság, újságírás a Facebook és Orbán Viktor korában

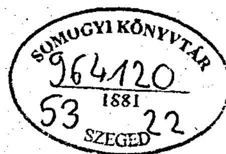
Noran Libro
Budapest, 2021

PROGRESS Könyvek

A kiadvány megjelenését a
PROGRESS ALAPÍTVÁNY
támogatta

Sorozatszerkesztő:
Ágh Attila





ISBN 978-963-517-331-0

TARTALOM

BEVEZETÉS

„A techiparban megalkottuk az eszközöket a társadalom szerkezetének destabilizálásához, szétrombolásához. Ha nem egyezünk meg az igazságban, vagy abban, hogy létezik ilyen, nekünk annyi" – mondja Tristan Harris a *The Social Dilemma* (*Társadalmi dilemma*) című dokumentumfilmben. A korábban a Google-nál dolgozó szakember később alapítója lett a Center for Humane Technology nevű nonprofit szervezetnek, amely azért alakult, hogy segítse a szabályozókat, illetve a nagy techcégeket abban, hogy a közösségi média ne növelje az internetfüggőséget és a politikai polarizációt, valamint ne támogassa a politikai szélsőségeket és a manipulációt. Hogy ezt jelenleg hányféle módon s milyen dermesztő erővel teszi, arról az említett filmben nagyon sokat megtudunk a meghatározó techvállalatok (Facebook, Google, Twitter) korábbi kollégáitól, akik rémületes képet festenek a kortárs nyilvánosság meghatározó intézményeiről.

Ám idehaza legelsősorban nem Mark Zuckerberg lájkszörnyetege, hanem sokkal inkább Orbán Viktor kerül fókuszba, ha a sajtószabadság elleni kíméletlen támadásokról, a nyilvánosság roncsolásáról, a hírekhez, a valóságról szóló beszédhez való hozzáférés szűkülő lehetőségeiről vagy a manipulációról esik szó. Annak ellenére is így van, hogy ha a magyar miniszterelnök minden energiáját, összes erőforrását és hatalmát arra fordítaná, hogy szűkítse a sajtószabadság terét és manipulálja a választópolgárokat, akkor sem lenne esélye még Magyarországon sem olyan radikális beavatkozásra, mint amelyet a Facebook jelenlegi üzleti modelljével és működésével végrehajt. Elvégre a tartalomfogyasztási szokások változása nyomán mindinkább fogyatkozó számú sarki újság-

árusbódék demokratikusabb helyek, mint amilyen a Facebook üzenőfala.

Ennek pedig az az oka, hogy noha érdemi tőkeküszöb gátolja a belépést, hiszen pénzre van szükség a vásárláshoz, továbbá kell kulturális igény ahhoz, hogy egyáltalán információhoz, tartalomhoz akarjon jutni a polgár, az árusnál – fő szabály szerint – minden újság ki van pakolva a polcokra, a vevő kérhet, amit szeretne. Ehhez képest a Facebook kifürkészhetetlen algoritmusai optimalizálják az üzenőfalat, működésük lényege, hogy a felhasználó – viselkedése és a róla gyűjtött adatok alapján – feltételezett igényeire szabják a megjelenített tartalmat. Olyasmit tesznek elé, ami leginkább megfelel érdeklődésének, szokásainak, ízlésének, így jó eséllyel kattint rá. Ez ráadásul csak a médiában utazó nagy technológiai vállalatok okozta problémák egyike, hiszen egyébként állhatatosan zabálják fel a hagyományos média, a minőségi újságírás hirdetési bevételeit, miközben sem pénzügyi (nem költenek a tartalomra), sem jogi (nem médiumként határozzák meg magukat), sem erkölcsi (nincs közük a demokratikus rendszerek bizalmi válságához, a manipuláció új formáihoz) felelősséget nem vállalnak.

Hogy e szövegben eljussak majd idáig, azaz bemutassam a kortárs médiára nehezedő rettenetes technológiai, hatalmi, gazdasági, politikai nyomást, messziről kezdem ezt az elbeszélést, amely jórészt korábban megjelent cikkeim alapján készült, azokat fűzi össze egységes szöveggé. Onnan indulok, hogy a szabadpiaci kapitalizmuson építkező liberális demokrácia belső ellentmondásai és feszültségei, érdemben meg nem vitatott, lefojtott strukturális problémái hogyan ágyazták meg a mostani, kezelhetetlennek látszó, disztópikus világot ígérő helyzetnek.

A nagy kép baloldali nézőpontból történő megrajzolásakor azt állítom, hogy a liberális demokrácia támogatói és fenntartói sohasem érvényesítették erejüket annak érdekében, hogy kiegyensúlyozzák a kulturális tőke eloszlásának brutális egyenlőtlenségeit. Ez szükségszerűen azt eredményezte, hogy a nagy eszmei viták közpolitikai megjelenésekor a piacok szabadsága rendre az egyenlőségpárti álláspontok fölé kerekedett, minek nyomán a piaci folyamatokba nem épültek elégséges mértékben korlátok, a lehető legszélesebb teret hagyva azoknak a szereplőknek, akik a legális eszközöket a liberális demokrácia felszámolása érdekében vethetik be. Ebben a szövegben amellett is érvelek majd, hogy amikor a szabadság nevében szabadjára engedték a gazdasági beszédet (például reklám), miközben még önként vállalt korlátokkal szűkítették a politikai beszédet (például politikai korrektség), akkor akaratukon kívül is az identitáspolitika felé tolták a közéleti viták fókuszát. Sőt a gazdasági beszéd kontrollálatlanságával egyenesen megteremtették a *fake news* alapjait. Tehát úgy vélem, a liberális demokrácia saját önellentmondásai segítettek megteremteni a manipuláció új formáit, amelyek segítségével jelentősen módosulhatott a politikai rendszerek szerkezete, és demokratikus köntösben működtetett autokráciák jöhettek létre.

Témám ugyanakkor nem elsősorban a politikai struktúra változása, működésének elemzése, még csak nem is a tudatipar, a legalább részben megkerülhető kultúráért zajló harc, a *soft power* jelenléte a nyilvánosságban, hanem a média, szűkebb értelemben az újságírás kortárs helyzetének megértése, leírása. Azoknak a dilemmáknak a bemutatása, amelyek meghatározó elemei az újságírók munkájának, a médiacégek működésének, a nyilvánosság modelljének. Azoknak a fogalmaknak (függetlenség, objektivitás) az értelmezése, amelyek uralják a médiáról szóló politikai vitákat, és amelyeknek sajtószabadság-mentes újrafogalmazása lehetőséget kínál a politikai hatalomnak, hogy erősítse a manipulációt, megépítse médiabirodalmát, fölszámolja a szabadságot és az autonómiát.

Ez a szöveg szükségszerűen egy elbeszélés. Egyenlőségpárti nézőpontból elmondott narratíva, amelyet olyasvalaki mesél, aki komplett eddigi felnőtt életét a magyarországi média úgy-

nevezett frontvonalában töltötte. Első munkahelye a *Népszabadság* volt, a kivégzéséig legnagyobb politikai napilap, második és a szöveg írásakor aktuális pedig a *24.hu*, a legnagyobb látogatottságú hírsite-ok egyike. Ebből fakadóan a rendszer belső ismerete, a legközvetlenebb tapasztalat egészíti ki az elméleti tudást.

Ezek szintézise az alábbi történet. Kezdésként témám, rögzített nézőpontom és érvelésem szempontjából vázlatosan, csupán érvényesített logikám bemutatása érdekében ismertetem a liberális demokrácia releváns ellentmondásait. Ezután a nagy technológiai cégek okozta brutális, nehezen korrigálhatónak tetsző változások elemzése következik. Vagyis annak bemutatása, hogyan nehezíti el, kínozza a kortárs médiarendszerek szereplőit a Facebook és társai uralta új nyilvánosságszerkezet. Amiből nem szükségszerűen, de jó eséllyel következik az Orbán Viktorhoz hasonló politikusok uralta politikai rendszer, amihez kapcsolódik a médiára nehezedő nyomás, függetlenségének és autonómiájának tagadása. Ennek kísérő jelensége a kultúráért, a nyelvért zajlóháború, amelynek részletes elbeszélése szétfeszítené ennek az írásnak a kereteit, ám kitérőt azért teszek ezen a csatatéren is. Miután e mind szűkebb keretet felvázoltam, leírom, hogy ebben az országban szerintem miként működtethető független média, egyáltalán mit jelent a függetlenség, az objektivitás, a lapszerkesztés a Facebook és az Orbán Viktor uralta magyar nyilvánosságban.

Fontos kiemelnem, hogy nem véletlenül a magyar miniszterelnököt emlegetem a nagy technológiai cégek párjaként. Érvelésem ugyanis a magyar politikai és médiarendszer változásaira és realitásaira koncentrál. Nem gondolom ugyanis, hogy egyetemes tudások következnek abból, ami idehaza történt, még ha valószínűsíthető is, hogy az új nyilvánosság minden nemzet esetében jelentős hatást gyakorol a politikai rendszerre, a kultúrára, a manipuláció formáira. Még akkor is, ha rendszertani értelemben nem láthatók hasonló fejlemények minden országban, noha bizonyos tendenciák radikalizmusa között nincs nagy különbség, ahogyan a polarizáció megjelenési formái, erősödése is hasonló.

Ez az elbeszélés – műfajának megfelelően – sok szimbólummal dolgozik. Ahogyan Orbán Viktor jelképez minden olyan kortárs autoriter politikust, aki a demokratikus kereteket használja autoriter hatalomgyakorlásra, miközben – Török Gábor kifejezésével – hatalomipari gyára tökéletesen használja az új manipulációs stratégiákat, úgy a lájk a csúcsszimbóluma a technológiai vállalatok maskarás hatalomátvételének. Mégpedig azért, mert olyan cuki, szeretetreméltó játékként mutatkozott be, hogy eszébe sem jutott senkinek: egyszer még demokráciákat ölhet meg.

Mutatok tehát egy utat, amely a „tíz fogorvosból kilenc ezt ajánlja" típusú reklámoktól, az igazság határainak elmosásától a lájkokon, applikációkon és Orbán Viktoron át jut el a föl nem adható eszmékig, amelyeknek köszönhetően az újságírás túlélheti ezt a kihívásokkal teli korszakát is.

1. A SZABADSÁG RABJAI

1.1. Pelenkahajítás és a sátánista vérivók nyilvánossága

És akkor Orbán Ráhel eldobott egy pelenkát egy horvátországi autópálya parkolójában. Ezt a jelenetet választottam ahhoz, hogy segítsen történetem elbeszélésében, ám mindennap látunk olyan esetet, amely ugyanúgy járja be a nyilvánosságot, mint a pelenkagate, azaz éppen úgy alkalmas lenne arra, hogy e példázat ikonikus képe legyen.

A kortárs nyilvánosság sebességét jól jelzi, hogy amikor ezt a szöveget olvassák, alighanem már kevesen emlékeznek a sztorira, miközben az eset idején, 2018 nyarán lényegében elborította az üzenőfalakat az arról szóló beszámoló, hogy a miniszterelnök lánya elhajított egy használt pelenkát.

Azaz annyit állíthatok biztosan: úgy érzékeltem, a történetről szóló írások, kommentek, mémek brutális mennyiségben jelentek meg, és dominálták a közösségi média nyilvánosságát. Ezt azért fontos rögzíteni, hogy újra és újra elmondjuk: sok esetben percepcióról beszélünk, mert jelenleg nincs elégséges tudásunk arról, valójában mit jelent az, hogy óriásinak érzékeljük egy ügy hatását a nyilvánosság e szegletében. Még az ennek megismerésére törekvő kutatások sem képesek bizonyos mennyiségi mutatókon túl a valódi hatások pontos körülhatárolására. „Facebook-bányászat" nélkül pedig leginkább arról beszélhetünk, mit érzékeltünk saját buborékunkban, amelyet a technológiai vállalatok algoritmusai alakítanak ki számunkra. Okkal feltételezhető, hogy a közösségi médiában aktív, tizenéve mainstream médiában dolgozó politikai újságíró közeli ismerősei intenzíven érdeklődnek egy ilyen ügy iránt, így valójában

semmi meglepő nincs abban, hogy a pelenkagate gyarmatosította az üzenőfalát. Az elsődleges nyilvánosság nyilván viszafogottan foglalkozik egy ilyen korlátozott közéleti relevanciájú üggyel, így ennek elsődleges építkezési területe a közösségi média, ahol viszont, mint azt említettük, kevés tudásunk lehet a valódi elérésről, hatásról.

Nyilvánvalóan mind több adatrészleg szakosodik arra, hogy mérje, hány emberhez ért el egy hír, milyen volt az interakciók intenzitása, azok a felhasználók, akiknek az üzenőfalán megjelent a történet, reagáltak-e rá; és ha igen, hogyan: lájkoltak, továbbküldtek, megosztottak, kommenteltek, elrejtettek. A föllelhető adatok nyilván képesek tájékozódási pontokat kínálni, ám lényegi változók torzítják a vizsgálódást, minthogy senkinek nincs fogalma arról, pontosan hogyan is működik az algoritmus, mi alapján dönt arról, hogy hány üzenőfalon jelenhet meg az információ. Ennek nyomán az is követhetetlen, buborékokban száguldott-e csak a hír, vagy éppen ennek az ellenkezője történt, és áttört falakat is. A Google keresései persze sok tekintetben irányadóak, ha arra vagyunk kíváncsiak, mekkora az érdeklődés egy téma iránt, de erre majd visszatérünk. Ami miatt leragadtunk, az pedig a következő: amikor arról beszélünk, hogy egy ügy „felrobbant" a közösségi médiában, akkor leginkább saját érzetünkről, minivilágunkból, buborékunkból szerzett észleléseinkről, nem pedig tudásainkról szólunk.

Akár buborékhatás, akár nem, az biztos, hogy iszonyú számban tűntek fel a pelenkaesetet karikírozó mémek, amelyek sok esetben dekontextualizálták, majd új jelentésréteggel ruházták fel az esetet. Ezeknek a vicces megoldásoknak az egyike volt az állami média egyes csatornájának híradójáról szóló kép: a hírolvasó előtti feliratban az volt látható, hogy Orbán Ráhel migránsok által eldobott pelenkákat szedett össze a horvátországi nyaralásán. Ez egyszerre karikírozta az állami médiát, amely az ismeretlen szerző ítélete szerint sem riad vissza a konkrét hírhamisítástól, bármilyen információt kész a kormány aktu-

ális kommunikációs paneljeinek megfelelően becsomagolni, szélsőséges esetben átírni, újrakeretezni, valamint a kormány politikai kommunikációját, amelynek hosszú évekig lényegében az volt az egyetlen üzenete, hogy Soros György sajátos terve keretében, nem pontosan definiálható cél- és eszközrendszerrel migránsok millióit szeretné Európába, sőt egy részüket egyenesen Magyarországra telepíteni.

Noha a felkészült befogadó természetesen azonnal tudta, hogy ez az ábrázolás vicc, tréfa, a mém alatt nem egy helyen olvashatók voltak olyan kommentek, hogy az állami média mindenre képes, lám, a propagandagyárnak nincsenek határai, és így tovább. Értsd: sokan elhitték, hogy az ominózus kép az M1 valamelyik híradójából származik, azaz megtörtént a bemutatott történethamisítás. Ez olyannyira nem volt egyedi elképzelés, hogy akadt oldal, amely a terjedés megfékezése érdekében cikket közölt arról: ez álhír. Azaz *fake news.*

A *fake news*-t jelenleg a demokratikus politikai rendszerek legfőbb ellenfelei között emlegetik. Olyan veszélyes fegyverként szokás leírni, amely alkalmas a demokratikus politikai rendszerekbe fektetett bizalom megrengetésére, egyenesen felszámolására, tökéletes eszköz az összeesküvés-elméletek terjesztésére, a közösségi médiának köszönhetően mindinkább erősödő politikai polarizáció felgyorsítására és erősítésére.

Hogy a bizalom a szabadságon építkező politikai rendszerek kulcsfogalma, az legpontosabban talán Francis Fukuyama *Bizalom* című kötetéből érthető meg. A politikai rendszerek alapvetően arra jöttek létre, hogy a politikai közösségek (nemzet/társadalom) együttélésének kereteit megteremtsék, a mindennapokat közösen elfogadott normák és szabályok alapján szervezzék, üzemeltessék. Fukuyama úgy fogalmaz: „A közösségek a kölcsönös bizalomtól függnek, és nélküle nem fognak spontán módon létrejönni." A bizalom pedig a szabályszerű, becsületes és együttműködésre kész viselkedés elvárása egy közösségen belül a közös normák alapján e közösség más tagjai részéről. Ebből a bizalomból származik a társadalmi tőke, amely előfeltétele annak, hogy valamilyen morális közösség jöhessen létre. Fukuyama cégekre vetíti ki tételét: egyszerűen alacsonyabbak a költségek, ha a résztvevők megbíznak egymásban, mint ha nem. Hiszen ha hiányzik a bizalom, akkor minden részletet, folyamatot szabályozni, így figyelni, ellenőrizni kell. Ez a kontrollapparátus nyilvánvalóan drágább, mint a bizalom. És a bizalom természetesen nem csupán a céges hatékonyságok, azaz a kapitalista, piaci modellek kulcsfogalma, hanem a liberális demokráciáké is.

A liberális demokráciák akkor képesek jól működni, ha a polgárok bíznak az intézményrendszerben, a szereplőkben, valamint az olyan ellenőrző funkciót is betöltő alrendszerekben, mint például a média.

A nyilvánosság több okból is fontos része ennek a bizalmi alapnak. A média fontos funkciója, hogy közvetíti a döntéseket, megjeleníti a magyarázatokat, az érveléseket, helyet ad a közéleti vitáknak, publikálja az információkat. Mindemellett médiumként közvetít a döntéshozók és a polgárok között, azaz fölteszi például azokat a kérdéseket, amelyeket a polgárok is föltennének, ha a modern társadalmakban lenne hozzáférésük a politikusokhoz, a hatalom birtoklóihoz. Emellett pedig ellenőrző funkciója is van, azaz nyomoz, kutat, bemutatja a polgároknak azokat az ügyeket, amelyeket a hatalmi pozícióban lévők szeretnének eltitkolni előlük. Teszi ezt azért, hogy a választópolgárok az információk, a hatalom tevékenységének mind teljesebb ismeretében dönthessenek a választáson, vitákat nyithasson, a hatalmat reakcióra késztesse olyan ügyekben is, amelyekre a hatalom politikai racionalitás miatt nem akar reagálni, amelyeket egyáltalán nem is szeretne a nyilvánosságban látni.

Ez pedig máris elvezet a sajtószabadság-értelmezések versenyéhez. Elvégre akadnak, akik úgy értelmezik, a közvetítésen túli minden egyéb tevékenysége téves szerepfelfogás, akti-

vizmus. Azaz a média alapvetően politikai funkciót lát el, így feladata, hogy az adott politikai párt döntéseit, érvrendszerét tudassa a választókkal. Ez szándékosan egyszerűsített magyarázat, sokkal mélyebben és árnyaltabban zajlanak az érdemi viták ebben a kérdésben. Az e felfogást támogatók mondandójának lényege, hogy a választott politikusoknak demokratikus legitimációjuk van, a választópolgárok a demokratikus megbízók, köztük pedig nincs senki, akinek felhatalmazása lenne úgymond beavatkozni ebbe a viszonyrendszerbe. Éppen ezért vitatják is a független média létezésének lehetőségét, mivel nem tud értékmentes lenni egyetlen médium sem, ha pedig nem az, akkor kapcsolható valamilyen ideológiához, eszméhez, így a politika barát-ellenség logikájában szükségszerűen elhelyezhető.

Sok hatalom (legyen az gazdasági vagy politikai) persze nem árnyalt sajtószabadság-viták nyomán igyekszik kikapcsolni a média ellenőrző funkcióját, hanem hideg racionalitásból. A cél a hatalom megtartása, ez pedig annál könnyebb, minél kevesebb kockázati tényező veszélyezteti a hatalmunkat. A rizikók közé tartozik a média, amelynek meghatározó része vallja, hogy kiemelten fontos az ellenőrző funkciója, így törekszik a tények feltárására. Az igazság megjelenítésére.

Ezzel pedig újabb problematikus fogalomhoz érkeztünk meg. Merthogy az újhullámos populizmus, illetve a politikai áramlathoz kapcsolódó új médiaszereplők elbeszélése szerint még tények sem léteznek, ha léteznek is, szabadon választhatók, ám biztosan nincsenek normatív elemek, így viszont kizárólagos igazság sincs. Ezen a logikán nagyon gyorsan jutunk el odáig, hogy valójában igazságok versenye zajlik a nyilvánosságban, azaz a politikai térben, amelyben a résztvevők a rendelkezésükre álló tényeket saját igazságuk erősítése érdekében szelektálják, rendezik újra és pakolják narratív keretbe.

Ez az elgondolás alapvetően kezdi ki a mainstream média legfontosabb tőkéjének létezését, ebből ugyanis az következik, hogy fölösleges hinni abban, amit olvasunk. Mert minden fikció, azaz egy nagy elbeszélés keretében létrejött mikrosztori. Miközben a világ leghíresebb és legsikeresebb médiumai éppen óriási bizalmi tőkéjüknek köszönhetik pozíciójukat: az olvasók elhiszik, amit írnak, bíznak a közzétett információk hitelességében, elfogadják azt az alapvetést, hogy léteznek tények, s megannyi ügyben létezik az igazság. Ezt egyébként onnan is lehet tudni, hogy nincs olyan ország, amelyben ne lenne igazságszolgáltatási alrendszer. Márpedig ha ez létezik, s bírók döntenek bizonyítékok alapján arról, a vádlott szegett-e úgy közösségi normákat, hogy azt a társadalomnak szankcionálnia kell, akkor érdemes feltételeznünk, hogy a sajtószabadság-viták szélsőséges érvelése ellenére mégiscsak vannak behatárolható keretei az igazság jelentéstartományának.

A *fake news* radikális újdonsága, hogy valójában kilép e vita keretei közül, mert még az sem célja, hogy az igazságok egyikeként jelenjen meg. Terjesztésének elsődleges célja ugyanis nem az, hogy egy igazság maskaráját képes legyen magára venni, hanem az, hogy az igazságot tüntesse fel jelmezként. Az antidemokratikus fakenews-gyárak arra rendezkedtek be az úgynevezett igazságon túli politikában, hogy nyilvánvaló hazugságokat, hamis híreket állítsanak elő és terjesszenek.

Ennek a tevékenységnek többrétű a célja. Ideális esetben a fogyasztó-választó elhiszi, amit olvas, továbbterjeszti, így tudásként jelenhet meg később a polgárok egy részének fejében, hogy például a korábbi Jobbik-elnök Vona Gábor egy Allah akbart kiáltó meleg imám, akinek Simicska Lajos, a Fidesz korábbi pénztárnoka, első számú oligarchája, későbbi Darth Vadere a keresztapja. Ennek a verziónak nemzetközi kitekintésben brutális példája az Egyesült Államokban az úgynevezett Pizzagate, amelynek következtében le is tartóztattak egy férfit, aki fegyverrel jelent meg a washingtoni Comet Ping Pong nevű pizzériában. A huszonnyolc éves Edgar Maddison Welch

azért ment a helyszínre, hogy pontot tegyen annak az ügynek a végére, amelyet a WikiLeaks által kiszivárogtatott demokrata párti e-mailek robbantottak ki. Összeesküvéshívők szerint ugyanis bizonyos dokumentumokban a demokrata politikusok pedofil kódnyelven írtak. A fő vádlott John Podesta, Hillary Clinton kampányának vezetője volt, a történet pedig arról szól, hogy a pizza valójában nem olasz ételt, hanem olyan lányokat jelöl, akiket megrontanak. Podesta jó ismerőse volt az érintett étterem vezetője, minek nyomán máris elmesélhető lett egy történet: Clinton kiemelt emberei a Comet Ping Pong pizzériában erőszakolnak meg gyerekeket. Ez az őrület terjedt a közösségi médiában, a Donald Trumphoz hű oldalak által is megtámogatva. A pizzéria dolgozói számos életveszélyes fenyegetést kaptak a sztori miatt. A fegyverrel érkező Welch inkább a bizonytalanok közé tartozott, nem tudta eldönteni, mi az igazság, ezért úgy gondolta, maga jár a történet végére. Hogy Trump elnöki ciklusának végére mennyire megerősödött az álhírek és összeesküvések teremtette vakság, jól mutatja Ashli Babbitt története, aki a Trump által feltüzelt tüntetők Capitolium-ostromakor vesztette életét. A 35 éves nő a légierő veteránja volt, és a közösségi médiában rendre megosztotta a QAnon-mozgalom posztjait. A mozgalom tagjai szerint vezető demokraták irányítják azt a sátánista pedofilhálózatot, amelynek tagjai gyerekeket rabolnak el, megeszik őket, és a vérüket isszák, hogy örökké éljenek. Egyik bejegyzésében például „kibaszott viccnek" titulálta a koronavírust is, illetve komcsi átverésnek nevezte a járvány miatt bevezetett kaliforniai kijárási korlátozásokat. Teljesen körbevették és rabbá tették a hazugságok, amelyeket igazságnak gondolt.

Ugyanakkor a fakenews-gyáraknak egyáltalán nem jelent kudarcot, ha a termék végül nem igazságként jelenik meg a választók fejében. Éppen elég, ha a hazugságok egyikeként válik azonosíthatóvá. Merthogy az elsődleges célok egyike úgyis a komplett demokratikus nyilvánosság elhiteltelenítése,

azaz annak a gondolatnak a rögzítése, hogy mindenki hazudik. Tehát: amit olvasok, az úgysem igaz. Ez a dezinformációs hadviselés valódi innovációja, mivel azon a fölismerésen nyugszik, hogy eltörölhető az igazság–hazugság mint binaritás. Immár nem viszonyíthatók egymáshoz a hazugság és az igazság, mert sikerült relativizálni e kategóriákat, aminek köszönhetően bármi lehet bármi.

Ha az információk hitelességének aláásása hiteles, akkor rapid tempóban mélyül a bizalmi válság, és erősödik a polarizáció. Ennek köszönhetően természetesen a hatalmat birtoklók visszaéléseiről, szemérmetlen lopásairól szóló cikkek hitele is megkérdőjeleződik, ahogyan az alrendszer többi szegletében is fogy a bizalom. Ennek nyomán pedig logikusan épül le a politikai rendszerek stabilitása és elfogadottsága.

Ahogyan elvesznek a közös normák, sikerül elmosni a határokat jó és rossz között, a polgárok számára már minden erkölcstelenség dilemmaként jelenik meg. Elvégre kétsége lehet, hogy a sztori megtörtént-e egyáltalán, ha igen, úgy történt-e, ahogyan olvassa, és ha úgy történt is, akkor is olvas a nyilvánosságban egy ellentörténetet, ellenigazságot, amely azt beszéli el, az ellenfél is pontosan ugyanazt csinálta, ami most botrányként megjelenik.

Ez azért fordulhat elő mind többször és többször, mind több embernél, mert a fogyasztók-választópolgárok egy részének nincs elég kulturális tőkéje ahhoz, hogy értelmezze, ellenőrizze a híreket és felismerje az álhíreket. Ilyenkor az elnyomott, hangjuktól megfosztott, az érdemi oktatástól, így az ébredő öntudattól tudatos hatalmi politikával elzárt rétegekre gondolunk, ám valójában egyikőnk sem képes magabiztosan közlekedni az információk brutális sokaságában. Emlékezetes, hogy a 2010-es magyarországi kormányváltás után a *Hírcsárda* nevű viccoldal cikkeinek egyike miatt helyreigazítást kért az akkor Nemzeti Erőforrás Minisztériumának nevezett tárca. Ha a minisztériumban, az ország igazgatását végző csúcs-

intézményeinek egyikében nem ismerték fel a vállaltan viccként fabrikált álhírt, hogyan ismerhetnék fel a kevesebb tőkével, idővel, szaktudással rendelkezők?

Ezúttal is tőkéről beszélünk, ám Fukuyama társadalmi tőkéje után most Pierre Bourdieu klasszikus elméletére hivatkozunk. Ő azt állítja, a gazdasági tőke nem minden, így háromféle tőkét különböztet meg: a kulturális, a társadalmi és a pénztőkét. Kulturálison a szocializációt, a családtól kapott tudáscsomagot, a műveltséget, a tudást és a képzettséget, társadalmin a kapcsolatokat, vagyis egy csapathoz, egy klubhoz, egy szakkollégiumhoz vagy egy párthoz, azaz valamilyen kisebb közösségekhez való kapcsolódásokat érti. Azaz szerinte a társadalmi följebbjutáshoz, amit a korszellemnek megfelelően nevezhetünk akár sikernek is, nemcsak pénzre van szükség, hanem a többi tőkére is: aki nem tud az uralkodó osztály kulturális normáinak megfelelően viselkedni, vagy nincsenek megfelelő kapcsolatai, nem lesz képes érvényesülni, mert az elit bezárja előtte a kapukat. Aki viszont belül van, annak óriási fórt jelent a kulturális és társadalmi tőke, amelyet könnyen lehet pénzre, sikerre konvertálni.

Ennek részleteiről még erősebb tudásunk lehet Barabási Albert-László *A képlet* című munkájának olvasása után. A világszerte ismert hálózatkutató rávilágít arra, hogy ha a teljesítmény nem mérhető, akkor a sikert a hálózatok határozzák meg, miként azt is bemutatja, hogy noha a teljesítmény korlátos, a siker korlátlan. Példaként hozza Al Diaz és Jean-Michel Basquiat párhuzamos pályáját: a páros együtt kezdte művészi karrierjét, ám miközben a jobbára magányosan alkotó Diaz helyi híresség maradt, addig a folyton társaságba járó, kapcsolatokat építő Basquiat művei irtózatos összegekért keltek el. Barabási kiemeli, hogy a hálózatok, vagyis a kapcsolatok, azokon a területeken (például a művészetben) fontosak, amelyeken a teljesítmény és a minőség nehezen mérhető. Lehetetlen konkrét értéket rendelni egy műalkotáshoz: kurátorok, galériatulajdonosok, műkereskedők döntik el, mi, mennyit ér. Barabási dermesztő példáit nem vesszük végig, ám konklúziója mindennél többet mond: „A művészetben a kapcsolati háló olyan mértékben meghatározza a sikert, hogy az még engem, a hálózatok tudományában jártas tudóst is meglepett."

Témánk szempontjából nyilván nem a művészet releváns, hanem annak értése, hogy a kulturális kapcsolatok hogyan képesek még a világ tetején is meghatározni az esélyeket, a lehetőségeket. Minél szűkebb nézőpontot választunk, annál félelmetesebbé válik, hogyan dönthet iskolai helyről, egészségügyi ellátásról, járvány idején akár oltási sorrendről a kapcsolati tőke. Ha a szülők kifogástalanul beszélnek angolul, esetleg külföldi barátaik is vannak, gyermekük jó eséllyel már korán elsajátíthatja az angol nyelvet, miközben azokban a családokban, ahol mindez hiányzik, sokkal nehezebb ez a küldetés. A társadalmi helyzet okozta különbségek exponenciálisan növekednek. Nagyobb eséllyel születik szegény családba, akinek az ország északi, keleti felében élnek a szülei, és kisebb valószínűséggel részesül versenyképes oktatásban, amelynek legfontosabb funkciója éppen az lenne, hogy csökkentse az alapdifferenciákat, egyenlősítse az esélyeket. Csakhogy a legjobb iskolák a legfejlettebb régiókban vannak, így a rendszer a különbségeket szükségszerűen növeli. Ennek egy része kompenzálható gazdasági tőkével, azaz a szülők fizethetnek például különórákat. Ám a tőke valójában ugyanazoknál koncentrálódik, akik jobb helyen élnek, jobb oktatást kapnak, és képesek még extra versenyelőnyt is teremteni külön oktatás finanszírozásával.

Ezekből a tünetekből milliót lehetne felsorolni, ám e nélkül is teljesen nyilvánvaló: fő szabály szerint nehezen vagy egyáltalán nem dolgozhatók le azok a műveltségbeli, azaz kulturális és társadalmi tőkekülönbségek, amelyek a születéstől fogva meghatározzák a gyerek életesélyeit.

Noha ebben az elbeszélésben alapvetően a nyilvánosság szerkezetére, a média és manipuláció kapcsolatára koncent-

rálok, fontos megemlíteni, hogy ezeknek az egyenlőtlenségeknek új dimenzióját hozzák el a digitális egyenlőtlenségek, amelyek a technológia irtózatos ütemű fejlődése miatt, a tudásokhoz és az eszközökhöz való hozzáférés radikális különbözőségei miatt tovább mélyítik a társadalmi differenciákat. Ennek illusztrálásához valószínűleg elégséges lett volna a járványidőszak elején megnézni egy digitális tanórát egy borsodi falusi iskolában, majd egy belvárosi, újlipótvárosi vagy hegyvidéki suliban. Két külön Magyarországot láttunk volna.

1.2. Párhuzamos történetek

A brutális tőkekülönbségeken túl rettenetes probléma a méltósággal élt élethez szükséges minimális tőkék hiánya. Ebben a dimenzióban a tőkék mediánja, nem pedig átlaga lenne érdekes, mert mit sem ér, hogy a kevés csúcsképzett a csillagos eget ostromolja, ha közben tömegek nem érnek fel a minimumhoz. Az ilyen struktúrák ugyanis lényegüknél fogva nem lehetnek demokratikusak: ezek világosan arisztokratikusak.

Noha mára a demokratikus rendszerek általános választójogon építkeznek, valójában tömegek vannak kirekesztve a demokratikus döntéshozatalból, részvételből, mert nincsenek tudásaik, információik a politikai közösséget érintő ügyekről, történetekről. Nem férnek hozzá a demokráciához, így logikusan a szabadsághoz sem. Ahhoz ugyanis tőkére lenne szükségük.

Mint már utaltunk rá, az internet-hozzáférés önmagában nem jelent semmit, mert eltérő szinten ugyan, de majdnem mindenkinek okoz problémát, hogy megkülönböztesse a valódit az álhírtől, a viccet a valóságtól. Ennek pedig az az alapvető oka, hogy a nyilvánosságnak szinte nincs olyan szektora, amelyben világosak lennének a határok az igazság és a hazugság között. Létezik egy mélyen politikus, konstruált nyelv, amely éppen arra szolgál, hogy szándékosan elmossa e vonalakat.

És ha a választópolgárok sokasága dönt megfelelő tőkemennyiség, így az információk megszerzésének és megértésének képessége és lehetősége nélkül, az kódolja, hogy döntésük – például pártválasztáskor – nem biztosan racionális, amennyiben elfogadjuk normatív keretnek a neoliberális kapitalizmus struktúráit, hiszen ebben az esetben az önérdek-érvényesítést, az egyéni hatékonyságot leginkább szolgáló választást kell megjelölnünk racionális megoldásként.

Ám hiába az alternatíva-hiány, számos érzületi változó bonyolíthatja a képletet, ráadásul az információhiányból és a manipulációból adódó „önmegtévesztés" még az önérdekkövetőknél is okozhat racionalitás-tévesztést. Értem ezen azt, hogy saját tapasztalati anyaguk politikai interpretációja, a politikai elbeszélések úgy változtatják meg észleléseiket, hogy nem az optimálist, hanem a rosszabbat látják racionálisnak. A racionalitás szivacsfogalmára tehát nem érdemes politikai gondolkodást építeni.

Ami ugyanis mindezek alapján és ezek nélkül egyaránt egészen biztos: a racionalitás jelentéstartománya sem objektív. Azaz mindenkinek eltérő asszociációk jelennek meg a fejében, amikor racionális döntést akar hozni, és ezen a szöveghelyen az érvelés kedvéért racionálisnak tekintjük, hogy a saját és saját közössége érdekeinek leginkább megfelelő megoldást választja. Csakhogy honnan tudjuk, hogy a hatékonyság előrébb áll saját érdekei szempontjából, mint az érzelmi elköteleződései? Erősebbek a gazdasági motivációi, mint a hitei, eszméi? A politikában csak azok beszélhetnek az egyetlen racionális döntésről, akik a kapitalista realizmus elkötelezettjei. Mark Fischer meghatározása szerint ennek a gondolatnak a képviselői nem csupán azt képzelik, a kapitalizmus az egyetlen életképes politikai és gazdasági rendszer, hanem azt is: a koherens alternatíva elképzelése sem lehetséges. Azaz a neoliberális kapitalizmus radikálisan kompetitív individualizmusa az egyetlen opció, így a keretek nem tágíthatók, nem újrarendezhetők,

minek nyomán a racionális döntés az, amely a leghatékonyabban vezet a siker felé ebben a rendszerben. Ezúttal nem bajlódunk azzal, hogy definiáljuk a hatékonyságot és a sikert, mert a lényeg az: racionális döntésről nem lehet beszélni a politikában, amennyiben feltételezzük, hogy egynél több érdek, érték, érzelem létezik. Ez pedig elég biztosnak tűnik.

A játék kedvéért mutatok is néhány elképzelhető racionalitást. A piaci racionalitás tehát azt jelentheti, hogy ár-érték arányban a legjobbat veszem. A közösségi racionalitás meg azt, hogy a saját csapatom mezét vásárolom akkor is, ha a másik csapat dresszе olcsóbb, jobb minőségű, ráadásul a rivális sportvállalkozásként is jobban teljesít, a pályán magasabb színvonalú terméket (futballt) kínál. Mert a csapatom az identitásom része, így az érzelmi, közösségi racionalitásom e klubnak a támogatása: ennek a virágzása ugyanis erősebben köti össze a közösségemet, társadalmi hálót sző, több kulturális hasznot hajt, mint amennyi gazdasági profitom származna a másik együttes mezének megvásárlásával.

Elgondolható olyan technokrata megközelítés, amelyből nem következik e percepciók befolyása a választói magatartásra, a médiafogyasztási szokásokra, egyáltalán: az érzelmeknek és az eszméknek a folyamatokra gyakorolt befolyására. Ez azonban kizárja azt a nyilvánvaló tudást, hogy létezhetnek piaci szempontból irracionális, ugyanakkor demokratikus, azaz a társadalomra, közösségre gyakorolt hatásukat tekintve racionális döntések. Hogy ne csak a racionalitás példájával turnézzak, beszéljünk kicsit az igazságról és a hazugságról is.

Mit is jelent az igazság a politikában? Ha jobboldali vagyok, akkor lehet az az igazságom, hogy mindenki 15%-os személyi jövedelemadót fizet, elvégre ne büntessünk valakit azért, mert tehetségesebb, vagyonosabb, többre jutott, ne kelljen nagyobb arányban lemondania pénze egy részéről a közösség és az állam javára, mint azoknak, akik szerényebb teljesítményük vagy más ok miatt kevesebb jövedelemből élnek. Ha viszont baloldali

vagyok, a csodálatos publicista, Bálint György mondása lehet az iránytűm: legyetek igazságosak, ne mérjetek egyenlő mértékkel. Azaz úgy igazságos, ha a legtehetősebbek nagyobb kulccsal adóznak. De ennél is fontosabb, hogy a nagy vagyonok után extra adót fizetnek.

Mit is jelent a hazugság a nyilvánosságban? Vegyünk példának két különböző helyen megjelenő cikket és címeiket.

Cím 1: Nőtt a munkanélküliség.
Cím 2: Csökkent a munkanélküliség.

Hazudott-e bárki, ha az egyik az egy hónappal korábbi adattal vetette össze a számot, miközben a másik az egy évvel korábbi adathoz hasonlította ugyanazt? Miért ne gondolhatná a címet olvasó átlagpolgár, hogy elolvasni sem érdemes a cikkeket, hiszen valaki úgyis hazudik, ha egyszer ugyanarról az adatról szóló, a hírlistákon egymás alatt szereplő cikkeknek a címe homlokegyenest ellentmondó?

Ezekkel a példákkal azt akartam érzékeltetni, mennyire nincsenek stabil határai a nyilvános beszédben a politikában használt fogalmaknak. És mennyire nincs elégséges időnk, tudásunk, hogy utánajárjunk, megértsük a szavak használata mögötti szándékokat, igazságokat.

Magasan képzett fogyasztóknál is korlátozzák a megismerés lehetőségét a hiányok (idő, tudás), így megint felvetődik a kérdés, hogy akkor vajon mennyire hozzáférhetetlen az információ a tőke nélküliek számára, ha még olyan értelmezési nehézségek is mutatkoznak, mint a fogalmak, szavak szivacskeretei. Egyszerűen nem lehet máshová kilyukadni, mint oda: az információs egyenlőtlenség lehetetlenül nehézzé teszi a politikai problémákról való kommunikációt, beszédet, mi több, még annak megértését is.

Ha pedig így van, abból logikusan következik, hogy a tudatos dezinformáció valóban alapvető veszély a demokrati-

kus rendszerekre, mert tömegek számára jelenhet meg valóságot leíró tartalomként, tökéletesen ellentmondva a nyilvánosságban megjelenő más híreknek, amivel sikeresen növeli a káoszt és a bizalmatlanságot is a befogadókban. Éppen ezért okkal állíthatjuk: a fakenews-gyárak antidemokratikusak, a rendszer stabilitását ássák alá, a demokratikus nyilvánosság legsúlyosabb ellenfelei. Ám ha ezt tesszük, akkor éppen saját logikánk miatt ugyanezek igazak lehetnek a *Hírcsárdá*hoz hasonló viccoldalakra és a mémekre egyaránt. Elvégre egy tényt, eseményt mesélnek el, jelenítenek meg igaztalan módon. Ha azt feltételezzük, hogy az álhíreket sokan nem képesek dekódolni, ellenőrizni, akkor ugyanezt kell feltételeznünk a vicces álhírekről is. A hatásaik pedig ebben az esetben nyilvánvalóan nem különböznek.

1.3 A reklám megágyazott a fake news-nak

De hogyan jutottunk odáig, hogy a fake news már megjelent a világ legnagyobb hatalmú emberének, az Egyesült Államok elnökének Twitter-falán is? Elégséges magyarázat az, hogy ő Donald Trump? Egyik kérdésre sem tudok választ adni, így inkább megmutatok néhány szándékosan provokatív fejleményt, hogy az ezekről való gondolkodás hozzájárulhasson a kortárs nyilvánosság leírásához.

Azt tehát adottnak és biztosnak veszem, hogy kialakult valamiféle digitális és információs egyenlőtlenség. A kortárs nyilvánosság új szereplői, platformjai remek felhasználói élményt, új lehetőségeket kínálnak az egyénnek, miközben kontrollálatlan világukkal automatikusan jelentenek veszélyt az egyenlőtlenségekkel sújtott közösségekre. Ez a veszély persze csökkenthető volna, ám a hatalmi eliteknek egyszerűen nem érdeke a helyzet megváltoztatása, ezért nem törekszenek a differenciák csökkentésére. Most, mielőtt mindenki odakapna Orbán

Viktort ábrázoló vudubabájához, azzal a hírrel szolgálok: az, hogy idáig jutottunk, sokkal inkább köszönhető a sörreklámoknak, mint a Fidesz ikonikus vezetőjének. Ez radikális állítás, ám egyáltalán nem kockázatosabb, mint beengedni egy reklámot két híradó közé.

A liberális demokrácia leírható egy politikai és egy gazdasági rendszer házasságaként. Ezt a frigyet a kapitalizmus dominálja, amelynek realista ideológiája – a fischeri értelmezés szerint – atmoszférát teremt, ami nem csak a kulturális termelést, de a munkát és az oktatást is szabályozza, ezzel láthatatlan korlátot emel a gondolkodásnak és a cselekvésnek. Ahogyan Byung-Chul Han rámutat, mindezt úgy éri el, hogy barátságos, nem pedig elnyomó hatalomként mutatkozik. A szerző azt írja: „Egy sajátos történeti korszakban élünk, amelyben a szabadság maga hív életre kényszereket. A lehet szabadsága egyenesen több kényszert teremt, mint amennyit a fegyelmezés kellje, a parancs és a tilalom kimond. A kellnek van határa. A lehetnek viszont nincs." Azaz a neoliberalizmus varázslatos megoldása az, hogy magát a szabadságot zsákmányolja ki. Márpedig ha ez így van, akkor az a történelem legsikeresebb kizsákmányoló-projektje, hiszen nem akaratunk ellenére, hanem egyenesen a mi akaratunkból történik. Csodálatosan okos hatalom, hiszen nem külső kényszerekkel dolgozik, nem engedelmessé nyomorít, hanem függővé tesz, minthogy a technológiai forradalomnak köszönhetően kiteljesedő közösségi médiumok már a pszichénket is képesek alakítani. Amikor pedig függővé válunk, akkor a tökéletes kiszolgáltatottságba sietünk.

Ennek nyomán a szabadság rabságában élő fogyasztókat elvarázsló atmoszférának és ideológiának a kvázipropagandája a reklám. Annak érdekében, hogy bemutassam, milyen elnyomó a kapcsolat demokrácia és kapitalizmus között, s milyen mértékben korlátozódik a piaci szempontok érvényesítésére, miközben a demokratikus rend védelmére hivatkozik, két beszédmódot vetek össze. Mindkettő fontos része

volt a liberális demokrácia nyilvánosságának: az egyik a politikai korrektség, a másik a reklám.

A politikailag korrekt beszédmód – egy szerintem egyébként mára végletesen elavult – politikai eszköz, amelynek a célja az volt, hogy védelmet nyújtson a kiszolgáltatottaknak, óvja őket például a buzizástól vagy a cigányozástól. Ez egy politikai stratégia, amely monolit, közösségi média nélküli, jól kontrollált nyilvánosságban lehetővé tette, hogy az önként vállalt korlátoknak, közösségi normának tekintett nyelvnek köszönhetően ne stigmatizáljanak társadalmi csoportokat vallásuk, bőrük színe, szexuális identitásuk miatt. Azaz a liberális demokráciákban általában a centrista többség konszenzusos politikai célja volt a csoportalapon elnyomottak védelme. Ez a védelem – a beszédmód elkötelezett hívei szerint – a nap végén a gazdasági kirekesztettség megakadályozását is erősíti, hiszen az eszetlen cigányozás vagy buzizás megágyazhat olyan folyamatoknak, amelyeknek a végén a cigányok vagy a melegek hátrányos helyzetbe kerülhetnek a munkaerőpiacon is. Radásul a tőke nélkülieket halmozottan hátrányosan érinti a verbális kirekesztés, amennyiben elfogadjuk, hogy a nyelv hatással van a társadalmi folyamatokra, használata önmagában is valamilyen típusú politikai cselekvés. Mindeközben a gazdasági egyenlőtlenség egyszerűen a háttérbe szorult, az identitásegyenlőség retorikailag szinte kizárólagossá vált. Ennek a folyamatnak a végén vannak a közéleti paródiába forduló *safe space*-ek, amelyeket a sajtó- és szólásszabadság iránt elkötelezett polgároknak leghelyesebb cenzúra határolta területnek fordítani. És még ki sem tértünk a folyamat egyéb, nem szándékolt következményeire, például, hogy miként tágítja az áldozat fogalmi kereteit, inflálja a valóban megalázottak, kisemmizettek szenvedését, amikor amerikai elit egyetemek pacifikált kampuszain állít elő úgynevezett áldozatokat.

Összességében azt állítom: a politikai korrektség egyszerűen elesett, amikor szimbolikus célok elérését kergette a gazdasági/társadalmi egyenlőtlenségek valódi csökkentésére irányuló szándék helyett. Célja egy pont után nem is lehetett társadalmi problémák megoldása, csupán azok eltakarása, mivel szélsőségesen korlátozta a nyelvet, amelyen széles rétegek számára érthetően és azonosíthatóan elbeszélhető lett volna az adott politikai-társadalmi probléma, vagy legalábbis nem jelent volna meg tabuként az ügy. Hogy így jelent meg, annak az az oka, hogy a korlátozott nyelven nem volt hozzáférhető emberek sokaságának az adott közéleti téma, és ha így történt, akkor sokak számára máris az igazság elhallgatásának eszköze lett a politikai korrektség. Nem szándékolt következményként pedig a politikai konfliktusok pacifikálását is elősegítette: a politika e politikamentesítése tökéletesen segítette a neoliberális struktúrák megszilárdulását. Tovább bővítette a szélsőségesnek ítélt vélemények körét, korlátozta a szabad vitát, nehezítette a társadalmi konfliktusok megjelenítését, távolította a társadalmi valóságtól, a beszélt nyelvtől a médianyelvet, mindezzel tehát hozzájárult az uralkodó eszmén kívüli gondolatok elképzelhetetlenségéhez.

Bírálatommal azt is állítom, hogy nemcsak a politikai korrektség, de az emancipációs politika is elcsúszott, identitásközpontú lett, eközben végképp nem maradt célja a gazdasági alapon elnyomottak védelme. Tehát azoknak a megóvása, akiknek kiszolgáltatottságát, méltatlan helyzetét a tőkétől való megfosztottság jelzi. Éppen ezért lehetséges, hogy ugyanazoknak, akiknek politikai oldalról céljuk volt a politikai korrektség védelme, gazdasági oldalról nem volt hasonló erővel és lelkesedéssel képviselt céljuk a gazdasági korrektség védelme.

E túlságosan széles értelmezési keretből a legszűkebb tartományra váltok, hogy bemutathassam, hogyan is jelentkezik ez az eszmei tévedés és/vagy vezérgondolat konkrét szakpolitikákban, jelesül esszém témájában, a nyilvánosságban. Ezért amikor a gazdasági korrektségről beszélek, a reklámokat veszem elő. Azokat a hirdetéseket, amelyeknek szoros kontrollja sohasem volt a politikai beszéd fókuszában. Márpedig e

tárgykörben sorakoznak a kézenfekvő kérdések: tényleg ez az élet habos oldala? Tényleg ez a világ legjobb söre? Tényleg finomabb a világ tőle? Tényleg hülye vagyok, ha nem ezt fogyasztom?

Ezeknek a reklámokban megfogalmazott állításoknak a valódi kontrolljáért sohasem indult erős politikai harc, sohasem próbálták politikussá tenni a témát, amit magyaráz a kapitalista realizmus elmélete: a kapitalista működés propagandája érinthetetlen, működése nem képzelhető el másként. Ennek köszönhetően sohasem volt valódi társadalmi nyomás a piaci szereplőkön, a közéleti viták frontvonalában sohasem szerepeltek olyan ügyek, amelyek arról szóltak, milyen viszonyt kell ápolnia a marketingbeszédnek az igazsággal. Legfeljebb a nyilvánosság érdeklődésén kívül eső ellenőrző hatóságokat érdekelte az üzenetek igazsága, tartalma. Érdemi kísérlet Magyarországon nem történt arra, hogy a reklámokat bárki érdemben politikai beszéd tárgyává tegye, tényalapúvá formálja vagy éppen izolálja, de még arra sem, hogy radikálisan, egyértelmű ikonokkal, szövegekkel jelezzék ellenőrizetlenségüket, miközben ez később megtörténik a fake news-ként gyanúsított tartalmakkal.

Erre persze okkal érkezhet a reakció, hogy dehogynem, hiszen ezeket jól láthatóan megkülönbözteti a tévében, ráadásul ezek a tartalmak nem a tájékoztatást, hanem egy termék kelendőségének a növelését szolgálják. Ez az indoklás azonban abból indul ki, hogy a választópolgárok összes rétegének elégséges a tőkéje ahhoz, hogy elválassza egymástól a tévében egymás után vetített tartalmakat. Ha pedig meg is teszi, tudása legyen arról, hogy nem azonos normák szerint készül a reklám és a hír, azaz a hírt igazságként (fentebb már értekeztem a fogalmakat érintő értelmezési nehézségekről), a reklámot pedig marketingeszközként kell értelmeznie. Azaz e kiindulópont szerint nem létezik az a kevesebb kulturális tőkével ellátott réteg, amelynek tagjai úgy kezdik beszámolójukat: „bemondta a tévé, hogy..." Ennek a tagadása azonban a valóság tagadása. És akkor még el sem merészkedtem olyan problémákig, hogy vajon az átlagos befogadó mit tud annak a képernyőn megjelenő szövegnek a hátteréről, hogy „a műsorszám termékmegjelenítést tartalmaz", hogy mit jelenthet, ha az adás végén feltűnik, melyik cég támogatta a tartalmat, milyen konstrukcióban készülhetnek olyan műsorok, amelyeket az adott csatorna csak befogad, és reklámidejével fizet a gyártónak. Hosszú a sora azoknak az eseteknek, amelyeknél egyes cégek, vállalkozások klasszikus reklámformátumon kívül eső eszközökkel érik el, hogy termékük vagy szolgáltatásuk kelendőségének növelése érdekében megjelenjen a tévében, rádióban, újságban.

Ám ez az érvelésem valójában az optimista és merőben egyszerűsítő értelmezése a helyzetnek, aminek elsőségét indokolhatja, hogy ennek nyomán elgondolható lett volna másik út, alternatíva vagy korrekció. Csakhogy valójában úgy is leírható a probléma, hogy egyáltalán nem vagy nem csak a tőkehiány okozza a bizalmatlanságot, a meg nem értést. Hiszen könnyedén elképzelhető, hogy minden felhasználó-fogyasztó (értsd: néző, hallgató, olvasó) tökéletesen tisztában van a reklámlogikával, azaz tudja, hogy az adott tartalom valamilyen partikuláris üzleti érdek képviseletére és érvényesítésére szolgál, ám éppen ezt gondolja a hírekről is. Azaz nem a médialogikát terjeszti ki a marketing- és reklámlogikára, hanem a marketing- és reklámlogikát a médialogikára. Azt feltételezi, hogy az egyes tartalomszolgáltatóknak vannak szakmain kívül eső, így például üzleti céljaik, s tartalmaik azt szolgálják, hogy ezeket mind erőteljesebben érvényesíthessék.

Ez a gondolat következik Wolfgang Streeck észrevételeiből is. A német gazdaságszociológus kapitalizmustörténeti elemzése szerint az egyentermékek korából a terméksokszínűségbe léptünk át. Azaz a vállalatok mindinkább a fogyasztók vágyaira, sőt majd később megjelenő, azaz valójában már a piac és illúziói termelte vágyaira szabták a termékeket. Márpedig ha e gondolkodás komplett fogyasztói társadalmakat ural,

akkor nyilvánvalóan nem szűkíthető egyes piaci szektorokra az érvényessége, így az autó- vagy a textilipar mellett vonatkozik a médiaiparra is. Ezt pedig már csak azért is érdemes feltételeznem, mert éppen ezzel érveltem amellett, hogy lehetetlen elválasztani a gazdasági beszédet a politikai beszédtől, a vicces mémet pedig a fake news-tól. Streeck elmélete oda vezet, hogy a médiatartalom is mindinkább a fogyasztóra van szabva, amiből következhet, hogy valójában ugyanaz a marketinglogika mozgathatja, mint a reklámokat.

Hogy ebben nagyon sok igazság van, az nem kérdés, ha bármely ország közszolgálati médiájának történetére pillantunk. Ahogyan a kereskedelmi csatornák beléptek a piacra, a nézettségi verseny alapvetően változott meg, hiszen a több szórakoztató tartalommal, show-val vagy manapság tévésorozattal operáló médiumokkal nem voltak többé versenyképesek a magaskultúrát bemutató, több hírműsort, közéleti tartalmat vetítő, közszolgálatiként azonosított médiumok. Hosszú távon is látszik, ahogyan a cikkek terjedelme (több rövidebb tartalom), vizuális megjelenése (több és látványosabb kép, a TikTok-világban majd több és rövidebb videó), témája (kevesebb külpolitikai tartalom, miközben több szupersztárfókuszú anyag, ami jelenti LeBron Jamest, Fluor Tomit és Orbán Viktort egyaránt). Mindez igazolja Streeck felvetését, vagyis a média a neoliberális piaci változásának megfelelően változtatja mintázatait, tényleg erősen internalizálva a marketinglogikát. Ez azonban még súlyosabb értelemzés, mint amivel elsőre kísérleteztem, hiszen azt rögzíti, hogy nem konkrétan a reklámok tartalma visz közelebb a fake news-világ elfogadásához és létezéséhez, hanem a kapitalista modelljeink általános működése, amely üzemelésével képes a marketing- és reklámlogika alkalmazására kényszeríteni a veszélyt föl nem ismerő, vagy legalábbis e logika ellen részben védtelen médiát is.

Mindez nagyon súlyos, jórészt korrigálhatatlannak tetsző jelenségeket mutat. Ráadásul nemhogy ez utóbbi leírás, de még a leegyszerűsítőbb, nem az egész szerkezetet bíráló, csupán annak működési problémáit magyarázatként kínáló verzióval szemben sem látszik az érdemi korrekció lehetősége. Ennek az az egyik oka, hogy a brutális ütemű technológiai fejlődés felfoghatatlan rétegzettséggel termeli újra a digitális egyenlőtlenségeket, teremt újabb és újabb tőkeigényeket. Az a tudáskészlet, amely magabiztosan kezeli a televízióban a tévés vásárlásokat és különbözteti meg a reklámokat a hírektől, önmagában nem alkalmas arra, hogy digitális bennfentesség nélkül hasonló magabiztossággal közlekedjen az üzenőfalon, azonosítsa a lekattintott tartalom forrását, ellenőrizzen információkat. Ma egyszerűen túlságosan sok tudásra van szükség ahhoz, hogy a polgár a nyilvánosság minden platformján eligazodjon.

A digitális térben pedig még sokkal komplikáltabban bonyolítja a helyzetet a tévénél már említett kihívás: a hirdetési megoldások új generációja. E körbe sorolhatók a natív tartalmak (a szerkesztőséggel együttműködésben készülő, hirdetők által támogatott cikkek, videók), a PR-cikkek (a lapok cikkeivel lényegében azonos formátumban megjelenő, fizetett tartalomként-hirdetésként jelölt szövegek), vagy egyáltalán a PR-munka, amelynek keretében a cégek irdatlan összegeket költenek arra, hogy növeljék vállalatuk vagy termékük jó hírét, és eltakarítsanak, kezeljenek minden, a nyilvánosság bármely szegletében megjelenő negatívumot, olykor attól sem visszariadva, hogy hirdetéseket állítsanak le, ha számukra nem megfelelő tartalom jelenik meg a számukra rossz hírt közlő újságban. Azaz saját érdekeiknek megfelelően hajlítsák a valóságot. Azt teszik, ami miatt sajtószabadság elleni támadásról beszélünk, ha politikai aktorok, nem pedig vállalatok a történet főszereplői. Amikor a kormányzó párt leállítja az állami hirdetéseket egy médiacégnél, mert számára nem kedvező tartalmat publikál, a sajtószabadság ellenségeként emlékeznek meg róla, de ha egy nagyvállalat stoppolja hirdetéseit ugyanebből az okból,

annak nincs hírértéke, vagy ha mégis nyilvánosságra kerül egy ilyen történet, akkor általában annyival letudjuk az ügyet, hogy a saját pénze, azt csinál vele, amit akar. Miközben a két intézkedés logikája és hatása semmiben nem különbözik egymástól, még akkor sem, ha a közpénz–magánvagyon különbséggel könnyű is védeni a differenciát.

Ami egyébként érdemben azért nincs, mert a vállalatok sem a demokratikus társadalmon kívüli szereplők, ezek sem csupán a kapitalista működési modell gazdasági aktorai. Márpedig ha nem azok, amit egyébként ők maguk állítanak, amikor például társadalmi-felelősségvállalási projekteket futtatnak, felvonulnak a Pride-on és így tovább, akkor ugyanazok a közösségi normák és demokratikus eszmék vonatkoznak rájuk is, mint a többi szereplőre. Hogy a vállalati szereplőknél az ilyen magatartás a gazdasági szabadság része lehet, a pártoknál pedig sajtószabadság elleni merénylet, az – divatos kifejezéssel – éppen olyan kettős mérce, amelyről a politikai korrektség versus gazdasági korrektség ügyében már beszéltünk. A valójában integrált gazdasági-politikai rendszer bizonyos normakészlete alól felszabadulnak a gazdasági szereplők, mert azt állítják, a gazdaságban eltérő felelősségek és normakészletek érvényesek, mint a politikában, miközben lobbistákat fizetnek, társadalmi felelősségvállalás-programokat futtatnak, PR-tevékenységet folytatnak, azaz általuk politikai körbe sorolt érdek- és értékérvényesítési munkát végeznek.

Minden példával azt kívánom erősíteni, hogy ebben a politikai-társadalmi modellben-berendezkedésben nem létezett ugyanaz a gazdasági korrektség, amely a kapitalizmus szereplőinek szélsőségességét korlátozta volna a nyilvánosságban, miközben létezett a politikai korrektség, amely a politikai szereplők retorikai szélsőségességét korlátozta a liberális demokráciákban. És hogy a kör végképp bezáruljon: a gazdasági szereplők olykor változtatnak marketingpolitikájukon, például támogatásokat vonnak meg, ha egy általuk korábban preferált

szereplő politikailag inkorrekten fogalmaz, szexista tartalommal beszél. Emlékezetes hazai példa Kovács Ákos énekesé, akitől elfordult támogatóinak egyike, miután azt nyilatkozta, hogy a nőnek nem dolga ugyanannyi pénzt keresni, mint a férfinak, inkább a női princípiumot kellene beteljesítenie. Anélkül, hogy a hasonló lépések jogosságáról és/vagy érvényességéről vitáznék, csupán azt akarom megmutatni, hogy a gazdasági szereplők egyértelműen politikai aktusokat mutatnak, értékeket érvényesítenek, ám amikor érdekeik másként diktálják, már nem tartják magukra érvényesnek a politika normarendszerét, minthogy ők csupán gazdasági szereplők.

Ezt a megkülönböztetést csakis inkonzisztens érveléssel lehet támogatni, amennyiben le kell hozzá szögezni: a piac tere izolálható a politika terétől. Csupán ebben az esetben védhető a külön normarendszerek érvényesítése: Csakhogy – miként a 2008-as világgazdasági válság tankönyvi esetként megmutatta – a piac súlyos krízise esetén az állam lehet az egyetlen megmentője, azaz politikai döntések tartják életben a rendszert, szabályozzák működését. Ráadásul a piacpárti érvelések minduntalan hangoztatják: nincsen liberális demokrácia szabadpiaci kapitalizmus nélkül. Ha azonban az egyik feltételezi a másikat, akkor végképp nem érthető, miből következne, hogy ne integráns egészként tekintsünk rájuk. Az pedig végképp nem érvelhető, hogy külön értékkészletük legyen, hiszen az egyes politikai közösségekről ultraoptimistán gondolkodók is legfeljebb kacagás kíséretében mondhatják, hogy a közösség tagjai képesek elválasztani egymástól a politikai-gazdasági modell egyes szerkezeti elemeit, és meghatározni, melyik térre, milyen normakészlet vonatkozik. Mindennek nyomán azt mondom: egyszerűen nem következik semmiből, hogy a gazdasági beszéd kontrolljának, ellenőrizhetőségének és tartalmi minőségének érdemben különböznie kellene a politikai beszédre vonatkozó ellenőrzési mechanizmusoktól, társadalmi figyelemtől, morális elvárásoktól.

Ám a liberális demokráciákban szépen érvényesülő piaci és politikai érdekek szinte mindenhol elég erősnek, az ellentartásra szerveződő politikák, szakszervezetek pedig szinte mindenhol elég gyengének mutatkoznak, így a gazdasági beszéd mint demokráciaprobléma sohasem jelent meg, jelenik meg. Sokan azok közül, akik a politikai korrektséggel különleges erővel vállalták fel az identitásuk miatt elnyomottak védelmét, erre komplett politikákat építettek, feladták a tőkenélküliség miatt elnyomottak védelmét. Ez szűkítette le a politikai korrektséget az identitáspolitikára, és ezért nem szélesedhetett a politikai korrektség úgy, hogy integrálja a gazdasági korrektséget is.

A gazdasági alrendszer fölülkerekedése elkezdte roncsolni a társadalmat, miután a politika a nyilvánosság intézményeibe költözött: a politikai szereplők immár a látványra, nem a cselekvésre koncentráltak. A mediatizált térben dőlnek el kulcsügyek, választások. Miután a politikai marketing és a kereskedelmi marketing közötti határok elvesztek, a végtelenségig egyszerűsödtek a politikai problémák. Azaz a kapitalista realizmus politikai realizmus lett: a reklám logikája éppen úgy megfelelt egy pártnak, mint egy fogkrémnek. (Streeck gondolataiból tehát az imént részletezettek alapján következik, hogy akár a médiát is bekerítheti e logika.)

A piacon tehát politikai termékek vetélkednek egymással, a cél ezeknek az értékesítése. Azaz miközben a politika felismerte, hogy a gazdasági alrendszer saját maga fölé került, és ezért megpróbált ő felülkerekedni, észre sem vette, hogy cserébe a kapitalista realizmus komplett eszközrendszerét a kezébe adták, azaz éppen úgy működik, ahogyan a gazdasági szereplők.

Mindez elvezetett a politikai problémák, konfliktusok totális egyszerűsítéséhez, az út végén pedig ott áll egy ország, amelynek a politikai kommunikáció alapján a komplett problématérképe leírható egyetlen névvel, legyen az Soros György, Gyurcsány Ferenc vagy éppen Orbán Viktor. És egyszerűen nincs szó a társadalmi csoportok, az osztályok, a rétegek közötti konfliktusokról, olyan ügyekről, amelyekben a gazdasági helyzet, a társadalmi alrendszerekhez való hozzáférés alapján szerveződne az ellenállás. A már idézett, liberális Francis Fukuyama – egy sor szerző mellett – arra jutott, az identitáspolitika meghaladott, mert egyedül kulturális egyenlőtlenségekre, egymástóló elszigetelt csoportok problémáira ad választ, az univerzális helyett a speciális elismerés elve jutott uralomra. Ez politikai értelemben lehetetlenné teszi a vesztesek koalíciójának kialakulását, mert annak a kötőereje a gazdasági elnyomottság lenne.

Minthogy nincs nagy és erős védelmük, mind jobban növekedett az ilyen-olyan tőkéket nélkülözők hátránya, bizonytalanságuk, szorongásuk okkal nőtt. Ez a folyamat meg is ütötte a liberális demokráciákat, mert a rendszer nem élheti túl, ha egy mindinkább szétszakadó társadalomban, amelyben a területi és társadalmi egyenlőtlenségek egyaránt dermesztőek, nem védik a gyengébbeket. (A magyar példához hozzátartozik, hogy az Eurostat 2019-es adatai szerint több hazai régió van a közösség legszegényebb területei között, miközben Budapest Darmstadt és Bremen között kap helyet a top20-ban.)

A liberális demokrácia, vagyis a szabadpiaci kapitalizmus nem csupán sikertelen volt a differenciák megfékezésében, de közben a szabadságra hivatkozva korlátlanná tette a gazdasági beszédet és logikát (reklám, marketing), ezzel a nyilvánosságban már korábban elmosta az igazság határait. Miután ez megtörtént, és a hatalmi szereplőknek (legyenek azok gazdasági vagy politikai erők) van lehetőségük eltüntetni vagy meghajlítani a valóságot, akkor valójában már előrevetítették a dezinformációs kor, a fake news megjelenését.

Mindebből az következik, hogy nem a közösségi média a közvetlen felelős a fake news megjelenéséért, hanem a liberális demokrácia önellentmondásossága, a szabadpiaci kapitalizmus logikájának mindenhatósága, a mainstream poli-

tikai szereplők képmutatása és politikai képzeletének hiánya, a kapitalista realizmusba vetett vak hite. Ezért lett úgy, hogy a liberális demokráciában nem védték meg az igazság határait, és a piacra nem vonatkoztatták azokat a normákat, amelyeket a politikai térben elvártak és gyakoroltak. Aki nem hiszi, vásároljon a boltban almafröccs-tusfürdőt, vattacukor-szörpöt, karamellás popcorn ízű krémtúrót, limonádés Balaton-szeletet, majd Facebook- vagy feketeribizlis forraltbor-fagylalttal hűtse le magát.

Ahhoz persze idő és a közösségi média teremtette feltételrendszer kellett, hogy a politika egyes szereplői amorálisan, minden korábbi normát tagadva kezdjék használni a nyilvánosságot. Ezek a politikai szereplők leszámoltak a közmegegyezésesnek hitt szabályokkal, amelyeket valójában sohasem a politikai közösség többsége, hanem az elit kisebbsége alakított ki, majd elkezdték használni a liberális demokrácia intézményeit és jelenségeit saját céljaikra úgy, hogy közben nem moralizáltak, csupán a politika lényegét tartották szem előtt, amit a politikatudománnyal foglalkozó kötetek első oldalain lehet olvasni: a cél a hatalom megszerzése.

1.4 Az oktatás megágyazott az autokráciának

Eddig szót ejtettem a gazdasági beszéd és a politikai beszéd számunkra elvileg sem indokolható, a kortárs demokratikus rendszerekben látható folyamatok alapján pedig biztosan kevés eredményre vezető elválasztásáról, és ezt a liberális demokráciát belülről feszítő ellentmondások egyikeként mutattam be. Ennek a szövegnek természetesen semmilyen demokráciaelméleti megalapozottsága nincs, nem is törekszik arra, hogy egy társadalmi modell átfogó kritikáját adja. Ugyanakkor több rendszeren belüli feszültséget is igyekszem bemutatni azért, hogy érthetőbb legyen az esszé tárgyára, a nyilvánosságra, szűkebb érte-

lemben az újságírásra nehezedő nyomás, az a politikai környezet, amely mára idehaza kialakult.

A fake news, a Facebook és Orbán Viktor ördögi háromszöge uralja és rongálja a nyilvánosságot, ám azt állítom: mindezek csak tünetek. A liberális demokráciának, a szabadpiaci kapitalizmusnak, ebből következően a média hagyományos modelljének sokkal mélyebb strukturális problémái vannak, mint amit negatív szereplők aktuális tevékenysége képes okozni. Ezek a bajok mind digitális, információs és társadalmi egyenlőtlenségek termékei, és e differenciák hatékony segítséget nyújtanak a liberális demokrácia végzetes elgyengüléséhez egy gazdag demokratikus hagyományok nélküli, erős polgári tradíciókat nélkülöző társadalomban.

A társadalmi-kulturális tőkék növelésének, az egyenlőtlenségek csökkentésének feladatában kulcsszereplő az oktatás, a legfontosabb társadalmi alrendszerek egyike. Csakhogy e rendszert ma egyszerűen nem arra optimalizálják, hogy ezt a munkát elvégezze, azaz egy demokratikusabb társadalom érdekében működjön. Sőt, még ha nem is szándékolt következményként, jelenleg inkább a közösség antidemokratikusabbá tételében közreműködik. Hogy ne az aktuálisan kormányzó hatalmi elitek szándékairól beszéljek, hanem a liberális demokrácia kezelhetetlen belső ellentmondásainak egyikéről, ezért azt állítom: a szabad iskolaválasztás elve mélyen antidemokratikus gondolat, a társadalmi egyenlőtlenségeket erősíti, a liberális demokrácia iránti bizalom felszámolásának az eszköze. Ennek, valamint az ebből a szabadságfogalomból megépülő szegregált iskolai hálózatnak köszönhetően a liberális demokrácia elitje tökéletesen elkülönítheti gyermekeit a tőke nélküliek gyermekeitől, amivel brutális erővel áll ki a társadalmi egyenlőtlenségek növelése mellett. Ezzel egyértelműen partner a liberális demokrácia önpusztításában. A szegregáció sokrétű: szimbolikus csúcsa a magániskolai rendszer, de az egyházi iskolák számának növelése éppúgy ide tartozik,

mint az állami rendszeren belül kialakuló elkülönülések, amelyek jelentkeznek településen belül egyes intézmények között, de bizonyos esetekben még intézményeken belül is.

Az oktatáshoz – és az itt nem tárgyalt egészségügyhöz – való hozzáférési esélyek érdemben csökkennek, ahogyan haladunk lefelé a tőkeranglétrán. És mindez olyan korszakban történik, amelyben olyan új tudások, nyelvek, kódrendszerek jönnek létre, hogy azok még a tőkével bőven ellátottak számára is sokszor átjárhatatlanok. Ennek köszönhetően minden társadalomban párhuzamos szegregátumok alakulnak ki. El tudjuk képzelni azt a radikális nyelvi és kulturális differenciát, ami egy 16 éves, budai, felső középosztálybeli, tiktokozó gimnazista fiú és egy 48 éves, borsodi, munkanélküli, faluszéli soron élő cigány nő között mutatkozik? El tudjuk képzelni őket egyáltalán egy helyen?

Nyilván ez itt csak egy retorikai kérdés, hiszen ilyen abszurd felvetések minden korban és mindenféle példával bemutathatók a hatás növelése kedvéért. Csakhogy ezzel a nyugtatóval eltagadjuk az optimisták által technológiai forradalomként, a presszimisták által akár ellenforradalomként is azonosítható folyamat minden korábbitól különböző jellegét, és semmilyen korábbi időszakhoz nem vethető tempóját. Nemsokára lehetséges lesz Los Angelesből robotkarral műteni Budapesten. A mesterséges intelligenciák hamarosan képesek lesznek kreatív munkát végezni, forgatókönyvet írni, arról nem szólva, hogyan válthatják le pillanatok alatt szerződések összerakásával a fél jogásztársadalmat. Abban a világban, amely – Yuval Noah Harari kifejezésével – a jelentéktelenek tömegét termeli majd ki, felfoghatatlan, milyen életesélyekkel indulnak a kisebb kelet-magyarországi településeken születő gyerekek.

És mindeközben a magyar állam sokat tesz a különbség erősítéséért. Noha a rendszerváltás óta három ciklusban is baloldali többségű kormánya volt az országnak, nem történt kísérlet a szabad iskolaválasztás felszámolására. Ennek nyomán

kialakult egy rendszer, amelyben a tőkével leginkább ellátottak kimenekítik gyermekeiket az állami rendszerből, akik pedig nem tudják magániskolába küldeni őket, de elégséges a kulturális, társadalmi tőkéjük, elintézik, hogy jobb környezetbe, a rendszeren belüli jobb iskolába, helyi versenyistállóba kerüljenek. Ennek köszönhetően alakul ki az elitképzés és gettósodnak el iskolák.

Ami igazán megkapó a folyamatban, az az, amivel még annyiszor találkozunk majd a sajtószabadság, a polarizáció, a közösségi média felelősségmentes működése kapcsán is: a szabadság nevében és védelmében alakul ki egy szisztéma, melynek eredménye, hogy a közösség esélytelenebb, nehezebb helyzetben lévő tagjai mind kevesebb esélyt kaphatnak a felzárkózásra. Azaz mind kevesebben, mind kevésbé lehetnek szabadok, s mind többen lehetnek szabadíthatatlan foglyai a nyomor, vagy éppen csak a kilátástalanság börtöneinek.

Márpedig a szabadságnak egyenlőségpárti, akárha demokratikus minimumfeltétele, ha a születés pillanata nem határozza meg egész életre a társadalmi helyzetet, azaz az egyénnek teljesítményével és tehetségével, a közösség segítségével lehetősége van társadalmi helyzete és viszonyai megváltoztatására.

Mindennek alapján tehát világos: ahogyan nem lehet a fake news ellen küzdeni a reklámok, a mémek, tágabb értelemben a technológiai cégek később tárgyalt kritikája nélkül, úgy a szegregáció elleni harc is összeegyeztethetetlen a szabad iskolaválasztás támogatásával.

Márpedig a szegregációról szóló perverz közéleti harc sokáig meghatározó volt a mainstream nyilvánosságban. Történetek szóltak arról, hogy miként különít el szegény cigány gyerekeket az alsó-középosztály kelet-magyarországi kisvárosokban és falvakban, azaz hogyan teszik lehetetlenné az integrációt, miközben nem lépett be a nyilvánosságba az elit sokkal súlyosabb mulasztása, vagyis a magániskolai rendszer, amelyek keretében mindenkit izoláltak, aki nem közéjük tartozik. Példátlan

képmutatás számonkérni a gyermeke társadalmi helyzetének megváltoztatását az oktatásán keresztül remélő kevéstőkések igyekezetét a reménytelibb iskolai környezet kialakítására (aminek eredménye a még nyomorultabbak legutolsó szalmaszálának elégetése, a totális szegregáció kialakulása), miközben a zéró egzisztenciális kockázatot, a társadalmi lecsúszás rizikóját hírből sem ismerő csúcseliten nincs nyomás gyakorlata megváltoztatására. Ha a példa kedvéért szándékosan a jelenség két végpontját mutatom meg, azt írom: ilyen esetekben a legtehetősebbeket mentjük fel, hogy cserébe a társadalmi helyzetük megváltoztatására bármi áron, konfliktusokat is vállalva törekvők legyenek a bűnbakok.

Ugyanakkor a helyzet ennél nyilván sokkal árnyaltabb, mert ezerféle motiváció, társadalmi helyzet árnyalhatja a képet, nem szólva arról, hogy az állami oktatás alulfinanszírozása, versenyképtelensége lényegében exitstratégiákra sarkall sok szülőt. Nem szólva az alapvető dilemmáról: mi van, ha valójában mind elkülönítenénk a gyermekünket, ha tehetnénk? Mi van, ha az emberi természetből fakadó változtathatatlan meggyőződés, hogy a gyermekeinknek a lehető legjobbat kell kapniuk, s teljesen abnormális elvárni ettől eltérő magatartást? Mi van, ha valójában az lenne példátlanul igazságtalan, ha úgy döntenénk, hogy gyermekünk életesélyeit rontjuk saját eszmei meggyőződésünk miatt, tehát állami iskolába adjuk, miközben finanszírozhatnánk magániskolát? Mi van, ha valójában nem a magániskola választása, hanem a szegregáció problematizálása a képmutatás? És itt állhatna még kezelhetetlenül sok „mi van, ha".

A válaszok és a dilemmák mélyítése helyett csak rögzítem: a magániskolákat el nem érő szegregációkritika azt mutatja, hogy az elit a szabadság nevében hogyan számolja fel minden kulcsterületen a liberális demokrácia alapjait, képmutatása miként járul hozzá olyan társadalmi dühök, elégedetlenségek, igazságtalanság-érzetek megjelenéséhez, amelyek aztán

kikezdik a politikai rendszerbe, azaz a liberális demokráciába vetett bizalmat.

E tételnek a bemutatása arra is szolgál, hogy sok felelősséget elvegyünk Orbán Viktortól, akit sokszor a magyar sajtószabadság és nyilvánosság egyetlen démoni ellenfeleként emlegetnek. Már az előző alfejezetben amellett érveltem, hogy a kontrollálatlan gazdasági beszéd, még inkább a marketing- és reklámlogika médiaipari érvényesítése valójában már megelőlegezte az igazság határainak felszámolására irányuló beszédet a nyilvánosságban. Ezt a lehetőséget Orbán Viktor – számos más politikushoz hasonlóan – kihasználta, ám a strukturális gondokat nem ő teremtette, ahogyan az oktatási rendszer is megannyi strukturális bajjal, belső feszültséggel küzdött, mire a NER megalakult. Hiszen a rendszerváltás után összesen tizenkét évig tartó baloldali, liberális kormányzás megteremtette a szegregáció alapjait, és éppen úgy az elit konzerválására rendezkedett be, ahogyan az orbáni modell.

1.5. A technológia, az új nagy menetelés előre

„A Franzra mámorítóan ható Nagy Menetelés gondolata olyan politikai giccs, mely minden idők és irányzatok baloldali embereit egyesíti. A Nagy Menetelés a csodálatos, előre vivő út, út a testvériséghez, egyenlőséghez, igazságossághoz, boldogsághoz és még tovább, az összes akadályon át, mert akadálynak lennie kell, nélküle a menetelés nem nevezhető Nagy Menetelésnek" – írja Milan Kundera *A lét elviselhetetlen könnyűsége* című művében. Ebben a szövegrészben éppen csak a baloldalit kell progresszívre cserélni, hogy megértsük, miként gázolnak át a valóságon és a társadalmon az e maskarát magukra öltő neoliberális elitek a nagy cél érdekében. Esetpéldám a technológiai cégekkel mutatja majd be, miféle igazságroncsolás, társadalmi károkozás történt a progressziónak eladott tőke nevében.

Az eddig bemutatott belső feszültségek észrevétlenül elkezdték belülről roncsolni a politikai rendszert, megteremtették azokat a fundamentumokat, amelyekre immorális szereplők már építkezhettek. Ez éppen abban a korban történt, amikor technológiai startup cégek egyszerűen átgázoltak államokon, törvényeken, szabályokon, hogy piacot szerezzenek maguknak. Tornádószerűen érkeztek, és olyan radikálisan alakították át egyes piacokat, és ami ennél sokkal súlyosabb baj, hogy demokratikus egyensúlyon építkező közösségeket, városokat is, hogy a döntéshozóknak reagálniuk kellett: sok helyen tiltással, máshol szigorú szabályozással avatkoztak be a választott vezetők, de immár a G7-ek pénzügyminiszterei a globális minimumadó mellett is elkötelezték magukat, hogy legalább a profit termelésének helyén kényszerítsék érdemi adózásra a globális piacon mozgó cégeket.

Ha a lájkokat használjuk a Facebook és társai jelölésére, akkor most az applikációkkal jelöljük azokat a vállalkozásokat, amelyek éppen úgy rontottak be a demokratikus közösségekbe, alakították át szervesen azok egyes részeit, ahogyan a Facebook és társai a nyilvánosságot.

A két emblematikus példa az Uber és az Airbnb. Az Uber alapvetően a személyszállítást alakította át. Nagy lelkesedés övezte az érkezését, hiszen elérte, hogy egy applikáció segítségével olcsóbban és kényelmesebben jussanak el az emberek a nagyvárosokban A-ból B-be. A szolgáltatás jellegéből (személyszállítás) és helyéből (Magyarországon például csakis Budapest) világos, hogy elsősorban a centrum középosztályát érintette. Azaz a társadalom egyik felsőbb rétegének tette olcsóbbá és kényelmesebbé az életét azzal, hogy újabb személyautós szolgáltatást kínált a városban. Mit kellett ezért cserében fizetni? Ezek a társaságok nem vagy minimális mértékben fizettek adót bizonyos országokban, az Uber európai központja Hollandiában volt, ami viszont fontosabb: természetesen nem munkavállalókat alkalmaztak (ahogyan egyébként a taxis társaságok többsége sem), mindenki magánzó volt. Amúgy is inkább kiegészítő keresetnek ajánlották az uberezést, még ha ezzel fel is számolhatták volna a teljes munkaidőben dolgozó taxisok munkáját. És mindezért cserébe ráadásul autós alternatíváját kínálták a tömegközlekedésnek.

Hogy valójában miről is szólt a 2009-ben megalakult Uber gyakorlata, azt 2021-ben (!) mondta ki az angol legfelsőbb bíróság, amely úgy döntött: munkavállalói jogok, így fizetett szabadság vagy éppen jogszabályban előírt minimálbér illeti meg a sofőröket. Öt évvel korábban a sofőrök azért fordultak az igazságszolgáltatáshoz, mert úgy gondolták, munkavállalóként kontrollálja munkájukat a cég, miközben semmilyen jogot nem kapcsol e kötelezettségekhez. Mivel a vállalat egyértelműen egységes szolgáltatást kínált a fogyasztóknak, világos volt, hogy a sofőröket nem alvállalkozókként versenyeztette az utasokért, hanem standardizált rendszert működtetett munkavállalók nélkül. A bíróság rámutatott arra is, hogy a sofőröknek be kellett lépni az applikációba, nem válogathattak az utasok között, saját ügyfélkört sem építhettek, viszont értékelhették őket a felhasználók, és alá voltak vetve az Ubernek, vagyis függőségi viszonyban álltak, ami megalapozza a munkaadó-munkavállaló kapcsolatot. Ugyanakkor ez csupán a cégnek a sofőrökkel kapcsolatos viszonyára vonatkozó részlet, a nagy képen egyenesen az látszott: az Uberre nem vonatkoznak a szabályok.

Azaz például idehaza az Ubernek nem kellett teljesíteni azokat a feltételeket, amelyeket a taxisoknak kell azért, hogy utasokat szállíthassanak. Ezt ünnepelték a neoliberális elitek a technológiai haladás csúcsaként. Ez szépen mutatta: a technológiai cégek marketingliberalizmusa célba ért. Hiszen a profiton kívül nem volt haszon. A jobb és olcsóbb szolgáltatást haladásként definiálták, ám ez legfeljebb piaci, technológiai, de semmiképpen sem demokratikus haladás. Méghozzá azért nem, mert nem segíti a közösséget, nem csökkenti, hanem növeli az egyenlőtlenséget, miközben lefegyverzi az államot is, amikor egy-

szerűen megkerüli az intézmény- és szabályrendszert, amely a társadalmi-politikai modellt működteti. A gazdag demokratikus hagyományokon építkező országokban évszázadok, de a fiatalabb demokratikus kultúrát fölmutató államokban is évtizedek alatt munkálnak ki intézményrendszert, választásokat tartanak, döntéshozókat jelölnek ki, demokratikus legitimációt adnak a hatalom birtokosainak, akik jogszabályokat alkotnak, érvényesítenek. Irtózatosan sok munkával, áldozattal, rettenetesen komplex demokratikus rendszerek épülnek, hogy aztán berontson egy világcég az applikációjával, amely semmilyen módon nem veszi figyelembe a tradíciót, a döntéseket, az egyensúlyt, amely egyes szektorokat méltányos keretben tart.

Hiába látszik azonban kívülről egyértelműnek, hogy micsoda kárt okoznak a techcégek, az egyenlőségpártiak könnyedén elveszítik az ezekről az ügyekről szóló mikrovitákat. Ellenfeleik okkal érvelnek azzal, hogy összességében nevetséges a gazdasági kár, amelyet a vállalatok okoznak (például elmaradt adóbevétel), miközben az innovációnak köszönhetően a piac hagyományos szereplői modernizációra kényszerülnek, hogy fenntartsák versenyképességüket, a szolgáltatás ára is alacsonyabb lesz, a társadalom perifériájára szorultak életét meg úgysem befolyásolja ez az egész. Mi több, végül majd munkahelyeket is teremt az Uber, elvégre lesznek, akik megélnek a fuvarozásból, az Airbnb meg egyenesen kisvállalkozási hálózatokat hoz létre, hiszen lesznek, akik az ilyen lakások takarítására, üzemeltetésére szakosodnak. Ám ezek a viták nem a konkrét ügyekről, költségről és haszonról szólnak, hanem az államról és a politikai közösségről. Bármilyen emelkedetten hangzik is: a demokratikus tartalomról. Ha az állam nem tud kontrollálni egy területén szolgáltatást végző céget, nem tudja szabályok közé szorítani a működését, tehetetlen a vállalkozás okozta nem szándékolt társadalmi következményekkel szemben, akkor az azt jelenti, hogy egyéb beavatkozásra is alkalmatlan. Nem képes fenntartani a liberális demokráciát sem.

Persze nem ez az uralkodó következtetés, mivel e hitvitában a tőkeoldal lobbija mindig erősebb lesz. Egyszerűen nagyobb hatással mesélik azt a sztorit, amely arról szól, hogy fontos a gyár versenyképességének növelése, ezért nagy előrelépés, ha ezer ember munkáját végre harmincöt robot végzi majd el. Ezzel szemben még nem magasodik ott az ellentörténet, amely elmagyarázza, hogy a közösség működésének értelme, origója és célja nem a versenyképesség, hanem az ember. Azaz ha a gazdaság elkezdi termelni a jelentékteleneket, akiknek a munkáját ki lehet váltani, akiket haszontalanná lehet tenni, akik – Harari példájával – nem képzik majd át magukat holnapra virtuálisvilág-tervezővé, akkor valójában nem fejlődést, hanem roncsolást látunk. A fejlesztők, a technológiai világ urai, az alacsony céges költségekben, a magasabb profitban és bónuszban érdekelt menedzser-ideológiában hívő vezetők és tőkések azon igyekeznek, hogy a világ legszebb sztorijaként adják el történetüket. A morálmentes technológia ugyanis nem törődik értékekkel, a követhetetlen pénzügyi tranzakciók nem segítik a közösségeket, a munkaerőigény nélküli dollármilliárdos applikációk haszna egyszerűen nem mérhető társadalmi szinten.

Hogy micsoda társadalmi károkat okoznak a digitális útonállók, azt legerősebben az Airbnb mutatja meg. A technológiai cég egy platformot hozott létre, amelyre lakásokkal lehet regisztrálni, azaz otthonokat lehet kiadni vendégeknek. Ez azt ígérte a turistáknak, hogy olcsóbban juthatnak szálláshoz, mintha a szállodaiparra lennének utalva. Mi több, még új élményként is kínálták a szolgáltatást, elvégre együtt pulzálhatunk a meglátogatott város szívével, otthont kapunk, a helyi történet részeivé válhatunk. Mármost, nem telt el sok idő, és megépült az Airbnb-ipar. A nagyvárosokban ingatlanokat vásároltak fel, amelyeket turistákra optimalizálva alakították át. Megalakultak az Airbnb-üzemeltetők, -takarítócégek, -ajándékszállítók. Mindennek köszönhetően a turisták

beköltöztek a lakóközösségekbe, volt, ahol megnehezítették, szinte ellehetetlenítették az életet, nem meglepő, hogy például Budapesten lakóközösségek sora próbálta tiltani a házban az airbnb-zést. A legnagyobb árat viszont maguk a városok fizették: az albérletárak ugyanis elszabadultak. A belső kerületekben elérhető lakások mind nagyobb számban kerültek tőkésekhez, és többé nem városlakókat, hanem turistákat szolgálták. Ez azt eredményezte, hogy mind kevesebb lakás lett hozzáférhető a helyiek számára, az árak pedig – nyilván csak részben ennek köszönhetően, de – evidenciaként szöktek az égbe. Ennek a folyamatnak köszönhetően mind kijjebb szorulnak a városból a fiatalok, a pályakezdők, mindazok, akiknél nem termelődik újra a vagyon.

Ugyanakkor a marketingliberalizmus az Uber-történethez kísértetiesen hasonló indoklással szállt be a történetversenybe. Az Airbnb valójában lehetőség, hogy szobánkkal, nyárra üresen hagyott lakásunkkal pénzt keressünk, esetleg a nagyszülőktől örökölt ingatlant hasznosítsuk. Mintha a valóság lett volna tiltva ezekben a vitákban, és nem lett volna nyilvánvaló, hogy lényegében egy alternatív szállodaipar alakult ki. Emellett megvolt az Ubernél szintén megismert sztori, hogy tudniillik valójában a szállodaipar végre elveszíti kényelmes helyzetét, új kihívót kap, egyúttal az utazás lehetősége megnyílik olyanok számára is, akiket korábban visszatartottak a hotelárak. És persze azok az elithez tartozó mesélők is megérkeztek, akik elmondták, nem kötelező a város közepén élni, és így tovább. Csakhogy egy városnak azért van identitása, története, jelentése, igazsága, mert emberek lakják. Azaz a belvárosban kószálnak egyetemisták, történeti okokból kialakulnak negyedek, vannak klasszikus közösségei, titkai, rejtekhelyei.

Az Uber és az Airbnb esetében is szépen hallható volt, hogy segítenek hozamot teremteni meglévő vagyonunkkal (autó vagy lakás), hogy olcsóbbá teszik a szolgáltatást, hogy új világokat nyitnak meg előttünk. Viszonylag ritkán tették fel nekik

azt a kérdést, hogy ez pontosan hány embert is érint a 10 millióból. Akiket érint, többségükben melyik társadalmi rétegből is kerülnek ki?

Ezekben az ügyekben a demokratikus és a technológiai/piaci racionalitás összecsapott. A technológiai a pénzügyi, piaci szabadságelvet hirdeti, megelégszik az „olcsóbban, jobbat" piaci hatékonysági érvvel, amelyet klasszikus modernizációs narratívába ágyaz. Nagy versenyelőnye, hogy az applikációknak köszönhetően: szexi. Talán lehetne az a demokratikus haladás is, amely pedig azt mondja: mindennél előbbre való a lakhatás, mert a város polgárainak joga, hogy megfizethető lakhatáshoz jussanak, saját otthonaikban élhessenek.

Ezek megint csak esetpéldák, ám ahogyan az Airbnb parabolája üzeni, egy szexi cég, amelyik beront a piacra, néhány év alatt komplett közösségeket változtathat meg, egy generáció lakhatási, azaz méltó élethez való esélyét veheti el. Nem csoda, hogy ma már városok sorában próbálják tiltani mind a két cég működését, ami csodálatosan rávilágít arra is, hogy történelmi távlatban kivételesen rövid idő alatt sikerült kivételesen nagy társadalmi károkat okozniuk. Az Airbnb mellett ráadásul mutatóban ott van a CouchSurfing, amely valóban csere-alapon működik: városlakók kínálnak üres kanapékat alacsonyabb komfortszintet igénylő turistáknak – jellemzően nem hordáknak, hanem egyedül vagy párban utazóknak –, akik cserébe szintén szállást ajánlanak saját otthonukban. Pénz nem mozog a felek között, csak saját életterüket érinti a szolgáltatás. Ebben a konstrukcióban ráadásul valóban megismerhetők kultúrák, helyi szokások, életek. Nem is épült rá biznisz, ellentétben az Airbnb-vel, ám e világos ellentét sem volt elég, hogy a tőkepártiak észrevegyék, minek az oldalán harcolnak.

Mindebből következik, hogy a racionalitások közül a demokratikus lehetne a liberális demokráciák túlélési esélye. Csakhogy ahogyan a liberális demokrácia eddig bemutatott belső feszültségeinek mindegyike jelezte, a kapitalista struktú-

rából mindig a tőke- és profitpárti történet elsőbbsége következik, azaz a technológiai haladás társadalmi progresszió-nak öltöztetése, miközben a demokratikus racionalitás, azaz a közösség tagjainak emancipációja rendre alulmarad. Nem csupán akkor, amikor a szabadpiac elvének nevében eltűrik a nagy techcégek társadalomroncsolását, amikor a szabad iskolaválasztás nevében megteremtik a szegregáció alapjait, amikor a reklámbeszéd vagy a vicces mémek kontrolljának elvesztésével lerakják a fake news alapjait, hanem akkor is, amikor a nyilvánosságban működő techcégeknek a szabadpiac és a szólásszabadság nevében hagyják kínozni a sajtót, így a liberális demokráciát. A Facebook, a Google, a YouTube és a többi kontrollálatlan techmulti mutatja meg leginkább, mennyire védtelenné tette a liberális demokráciát saját szabadságfogalma.

2. A FACEBOOK TÁMADÁSA

2.1. Lájkreményből lájkszörnyeteg

Messziről vezetett odáig az út, hogy immár lájkszörnyetegként emlegessük a Facebookot, arról értekezzünk, miféle helyrehozhatatlan károkat okozott a demokratikus nyilvánosságban, s nemzeti kormányok sora igyekezzen valamiféle módon szabályozni, kontrollálni a működését. Hiszen globális belépője idején még fokozhatatlan demokratikus optimizmus vette körül a közösségi média zászlóshajóját. Maga Orbán Viktor is azzal állt elő 2011-ben az Európa Parlamentben a magyar médiatörvény vitáján: „Hogyan gondolják Önök, hogy Magyarországon vagy Európa bármely országában bárki képes lenne az internet korában elnyomni a vélemények szabadságát? A magyar választási kampányban mi a választást javarészben a kontrollálhatatlan interneten és a Facebookon nyertük meg. Hogy gondolják Önök, hogy a 21. században lehetséges a vélemények szabad áramlását korlátozni?" A 2010-es évek elején sorra születtek a tanulmányok, cikkek demokratikus hasznáról, az arab tavasz eseményeit egyenesen Facebook-forradalomnak is nevezték, hogy aztán az utóbbi években mind több dolgozat szóljon arról, valójában mi volt a közösségi média szerepe a megmozdulásokban, és elkezdődjön a techidealista változat újragondolása.

A Facebookot ebben az elbeszélésben alapvetően szimbólumként használom, a nagy kép kialakításában éppen ugyanilyen szerepe van a Google-nek, a YouTube-nak, a Twitternek, s mind inkább az Instagramnak és a TikToknak. Az egyes nyilvánosságok története mutatja meg, hol, melyik szereplő az erősebb. Idehaza egyértelműen a Facebook meghatározó, de az Egyesült Államokban a Twitter szerepe is hasonlóan fontos.

Minthogy magyarországi a kötet, így e közösségi médiumokat, techcégeket a hazai vezérmotívumot kiemelve, összefoglalóan Facebookként emlegetem majd.

Tehát a kezdeti fejlemények alapján úgy tetszett, az autoriter államok kontrollálta nyilvánosságban a közösségi médiumok jelentik az esélyt annak az alternatív nyilvánosságnak a megszervezésére, amely szükséges feltétele a társadalmi mozgalmak alakulásának, az ellenállásnak.

Az utópiák mesélői közé tartoztam magam is. A technológiai vállalatok első generációs szexisége, demokratikus ellenállásban játszott szerepe képes volt lenyűgözni, ami aligha független attól, hogy a baloldal történetei idealisták, sokszor utópisztikusak, így az egyenlőségpártiak nyilvánvalóan hajlamosabbak a politikai idealizmusra és naivitásra. Csakhogy a korábban mutatott példák szépen jelzik, hogy az idealisztikus történetek jelmeze mögött hogyan állnak egymással szemben az egyenlőségpárti célok és a politikai valóság. És hogy miként bizonyítja ugyanezt a Facebook, azt elmesélik azok, akik alkották, akiknek képzelete, tudása építette ezeket a platformokat. Nem hiszem, hogy jelenhet meg nagyobb hatású alkotás a témában, mint a *Social Dilemma*, idehaza *Társadalmi dilemma* címen futó dokumentumfilm, amelyet kötelező „olvasmányként" kellene fölírni politikai döntéshozóknak és gimnazistáknak egyaránt.

A dokuban – mások mellett – a szektor legfontosabb szereplőinek (Facebook, Google, YouTube, Twitter) egykori vezetői beszélnek a közösségi nyilvánosságról. Lényegében egységesen festik le démoninak a jelenlegi állapotot, az elmondottak alapján tényleg kontrollálhatatlan szörnyeteg fejlődött ki a világ vezetőinek széles körű támogatásának és/vagy vakságának köszönhetően. A riportalanyok azért hagyták el a munkahelyüket, mert nem hittek már abban, hogy jó dolog menedzselésében, fejlesztésében vesznek részt. Persze, amikor a cégekhez érkeztek, ők is az optimisták közé tartoztak. Emlékeztetnek is arra, hogy nem szabad egységesen gyűlölni, elutasítani a közösségi médiát, hiszen ezek a platformok varázslatos dolgokat is létrehoztak: elvesztett családtagok, magányos emberek találtak egymásra, a platformok segítettek szervdonorokat keríteni, nyilvánosságot teremtettek elnyomottaknak, rendszerszintű pozitív változásokat hoztak a világban, hiszen tényleg létrehoztak egy alternatív nyilvánosságot, amely, úgy tetszett, lehetetlenné tette a valóság teljes felszámolását, eltitkolását. Ugyanakkor a kezdetekkor senki nem sejtette, hogy a tőkeérdekek milyen brutálisan erősek lesznek, ahogyan azt sem, hogy a csúcsfejlesztők elképesztő munkájának köszönhetően olyan mesterséges intelligenciák alakulnak ki, amelyek ember által már aligha kontrollálhatók.

A „Mi a probléma?" kérdésre első reakcióként a szereplők többsége csak bámul maga elé. Olyan komplex, olyan sok területet érintő a negatív változás, hogy nem képesek azonnal frappáns, gyors választ adni. Amikor viszont beszélni kezdenek, bajok sokasága kerül a felszínre: a polarizáció erősítése, az eszközfüggőség félelmetes terjedése, a mentális betegségeknek a közösségi média csúcskorszakával összeköthető fokozódása, a fake news – a problémák a végtelenségig sorolhatók. Ami pedig a legfájdalmasabb konklúziót, a legerősebb hatás megértését jelenti, többen arra jutnak: munkájukkal segítettek eljutni az információs korból a dezinformációs korba.

Megrendítő hallgatni ezeket a világlóan tehetséges embereket, ahogyan szembesülnek azzal, mi lett abból a történetből, amelyben vakon hittek, amelybe minden tudásukat beletették. Hogy milyen kevés ember milyen nagy hatású történetéről van szó, azt Tristan Harris (a Google korábbi munkatársa, a közösségi média káros hatásai ellen föllépő Center for Humane Technology alapítója) foglalja össze: soha a történelemben nem volt olyan, hogy néhány fiatal kaliforniai férfi csinál valamit, ami végül 2 milliárd ember életére lesz hatással – ez őrült morális felelősség. Akkora, amit senki nem fogott, nem is foghatott

föl. Merthogy a résztvevők többsége alapvetően részproblémákon, fejlesztéseken, üzleti modelleken dolgozott, és nyilván nem az esetleges változások hosszú távú politikai, pszichológiai következményeit kutatta, miként azt is a kevesek látták át, hogy a kapitalizmus logikája egyszerűen nem viheti másfelé a cégeket, mint a profit irányába, azaz a társadalmi, közösségi szempontok sohasem írják majd felül az üzleti elgondolásokat. A pénzügyi sikerhez egyszerűen menni kell, és ahogy kicsiben az Uber (az adott szektort változtatja meg, kikerüli a szabályozókat) és az Airbnb (az adott szektort változtatja meg, kikerüli a szabályozókat, megváltoztatja a társadalmi helyzeteket, szűkíti a hozzáférést, felszámolja a város szövetét), úgy nagyban pedig a Facebook (az adott szektort változtatja meg, kikerüli a szabályozókat, megteremti a lehetőséget a politikai polarizációra, a demokratikus rendszerek bizalmi válságának növelésére, új mentális struktúrákat hoz létre az emberekben) jelzi, hogy a lehetséges társadalmi károk sem korlátozták soha a tőkecélokat, miközben az iszonyatos erejű marketingliberalizmus még szexi történetként is mesélte a roncsolást.

A *Társadalmi dilemma* beszélői problémák, történetek, erős mondatok sokaságával üvöltik halkan, mekkora is a baj, mennyire beláthatatlan a veszteség, mennyire nehezen visszafordítható a folyamat. Néhány téma kapcsán érdemes lehet kiemelni a legfontosabb mondatokat.

1. Függőség, psziché. A Stanford Egyetemen a legtehetségesebb fiatalok sora sajátítja el, hogyan lehet meggyőzőbb a technológia, miként képesek rávenni minket, hogy csináljunk valamit: például görgessünk le az üzenőfalon. Ahogyan egyikük fogalmaz: „egyenesen a tudatalattinkba akarnak bemászni, a fejlesztők feladata az emberi elme feltörése". Azaz szokást ültetnek belénk: tervezési technika eredménye, hogyan nyúlunk a telefonunkért. Számos ötlet szolgál arra, hogy mind többször kelljen a mobilt megfogni, ezek egyike például a képtagelés lehetősége: amikor egy felhasználót megjelölnek egy fotón, erről pedig értesítést kap a telefonjára, azonnal a készülékért nyúl. Amikor a Facebook-világról beszélünk, hajlamosak vagyunk a nem szándékolt politikai következményekre fókuszálni, ám az emberi elme megváltoztatása számos egyéb, az emberiség szempontjából talán még jelentősebb következményt eredményez. A mentális struktúrák átírása elképesztő változásokat hoz, jellemző, hogy plasztikai sebészek már új kifejezést alkottak azokra a fiatalokra, akik olyanra műttetik magukat, ahogyan kinéznek a filterezett képeken. Jonathan Haidt szociálpszichológus arra mutat rá, óriási mértékben növekedett a depresszió, a szorongás az amerikai tinik körében, és a felfutás 2011 és 2013 között kezdődött. A mentális betegségek következtében kórházba kerülő tinik száma nagyjából stabil volt 2011-ig, aztán hirtelen emelkedni kezdett. A maguknak ártó, ezért kórházba kerülő fiatalok száma 62%-kal nőtt a kamaszok, 189%-kal a kisebbek, azaz a 10–14 évesek között. Az öngyilkossági statisztikában hasonló adatok láthatók: a 15–19 évesek között 70%-os a növekedés az évezred első évtizedéhez képest, a 10–14 esztendősök körében azonban 151%-os az ugrás. A szakember szerint ez a változás a közösségi médiához kötődik.

2. Üzleti modell. A techcégek azt teszik pénzzé, hogy képesek megváltoztatni, kik vagyunk, s hogyan gondolkozunk – így vélekedik Jaron Lanier, a *Miért töröld magad azonnal a közösségi oldalakról?* című könyv szerzője, aki szerint az üzleti modell lényege, hogy a harmadik fél a manipulálásért fizet. A felhasználó ugyanis nem fizet a Facebooknak azért, hogy használja a platformot, ám a Facebook rengeteg pénzt keres, ez pedig logikusan azt jelenti, hogy a reklámokat mindennél hatékonyabban célozza: egyszerűen a figyelmünket adja el. Roger McNamee, a Facebook korai befektetőinek egyike így fogalmaz: „A Szilícium-völgy első ötven évében termékeket gyártottak, hadvereket, szoftvereket, ezek eladásából gazdagodtak

a cégek. Az utóbbi tíz évben azonban a legnagyobb cégek már a felhasználóikkal kereskednek." Tristan Harris ugyanezt úgy fogalmazza meg: ha nem fizetsz a termékért, te vagy a termék, azaz téged árulnak. Emlékeztet, hogy még mindig nagyon sokan azt hiszik, a Google csak egy keresőfelület, a Facebook meg egy hely, ahol láthatom a barátaim fotóit. Sokan nem értik, hogy az üzleti modell lényege, hogy lekötik a figyelmünket. Hogy menynyire sokunkét, az beláthatatlan: a könyv első részében éppen amellett érveltem, hogy a tőkehiány valójában sokkal nagyobb, mint gondoljuk, valójában nagyon kevesen vannak tisztában azzal, mi történhet, azzal pedig végképp kevesen, mi történik. Aza Raskin, aki a Mozillán dolgozott, s Harris-szel együtt alapítója a Center for Humane Technologynak, egyszerűen úgy fogalmaz: a hirdetők a vevők, és mi vagyunk az áruk. És tévedés, hogy a techcégeknek érdeke lenne az adatainkat értékesíteni. Azokat használni, nem eladni akarja: éppen ezekkel az adattömegekkel építik a modelleket, amelyek megjósolják a viselkedésünket. Sandy Parakilas (korábban Facebook és Uber) szerint ráadásul ezek az adatok olyan rendszerekbe kerülnek, amelyek felügyeleténél már szinte nincs is ember. Shoshana Zuboff, a *The Age of Surveillance Capitalism* című kötet szerzője szerint a kulcs az, hogy a techcégek képesek azt a bizonyosságot eladni a hirdetőknek, hogy a reklámjuk sikeres lesz. Ahhoz, hogy ezt ígérhessék, minden rólunk szóló tudásra szükségük van, és az adatok alapján képesek optimalizálni a hirdetéseket: ez a megfigyelő kapitalizmus. Zuboff szerint ezt a modellt, amely emberi jövővel üzletel olaj vagy szalonna helyett, illegálissá kellene tenni, pontosan úgy, ahogyan a szerv- vagy a rabszolgakereskedelmet, mert ennek is pusztítóak a következményei.

3. Valóság- és politikaroncsolás. „Ha a mostani helyzet folytatódik még húsz évig, valószínűleg elpusztítjuk a civilizációt a szándékos tudatlanságunkkal. Valószínűleg leromboljuk a világ demokráciáit" – mondja Lanier. Hogy a techcégek

valójában mennyire kontrollálják a nyilvánosságot és milyen mértékben képesek elérni az emberi elmét, azt jól mutatja Tim Kendall egyik mondata. A Facebook korábbi monetizálási vezetője a manipulációról beszél, majd megemlíti, milyen borzongatóan egyszerűen működik az egész: „Több felhasználó kellene Koreából? Manipuláljunk!" Azért képesek gyorsan elérni a reménybeli felhasználókat és megtartani a usereket, mert saját valóságot kínálnak nekik. Minden ember saját tényeket, saját valóságot kap. Roger McNamee szerint egy autoriter politikának nincs szüksége jobb eszközre a Facebooknál. Kiemeli: az oroszok sohasem hekkelték meg a Facebookot, egyszerűen csak saját céljaikra használták. Amikor a liberális demokrácia belső ellentmondásairól beszéltem, éppen erre utaltam: a mémeket, a viccoldalakat az álhírek jó, a fake news-ként terjedő, politikai célból terített manipulációkat az álhírek rossz oldalaként szokták emlegetni. A baj viszont éppen az, hogy ugyanazt az eszközt használják ugyanolyan kereteken belül. A techvilág, a kortárs nyilvánosság egyszerűen nem volt felkészülve arra, hogy az innovációk rossz célok, szervezett manipuláció szolgálatába is állíthatók. Ezt McNamee így összegzi: „Legális felhasználóknak, legális hirdetőknek létrehozott megoldásokat használtak gonosz célok elérésére. A határok átlépése nélkül képesek manipulálni más országokat." Hogy miként lehet gonosz ügyekre használni a médiumot, azt Mianmar esete is megmutatja. Cynthia M. Wong, a Human Rights Watch munkatársa szerint a Facebookot egyenesen fegyverként használták a népirtásban. A Facebook náluk is kvázi nemzeti startlap, azaz mindenki ott kezdi az internetezést, a telefonokat úgy árulják, hogy a Facebookot előre telepítik rájuk. Az állam vezetése eszközként használta a platformot a manipulációhoz, a rohingyák elleni hangulatkeltéshez: végül 700 ezer rohingyának kellett elmenekülnie az országból, sokakat megöltek, megerőszakoltak. De a Facebook algoritmusai segítették a korábban már emlegett pizzagate-ügy mélyülését is. Renée DiResta,

a Data for Democracy korábbi vezetője meséli, hogy elkezdett nőni azon csoportok száma, amelyekben olyan felhasználók és választók gyülekeztek, akik elhitték, hogy a pizzarendelés emberkereskedelmet jelent. Az algoritmus érzékelte a kínálkozó helyzetet, és egyre intenzívebben ajánlotta e tartalmakat az oltáselleneseknek és más konteóhívőknek, akiknek így mind szorosabbra fűzte kapcsolatát, és mind szélesebbé tette a kört. Ráadásul a Facebook ezzel a növekedési-üzleti logikájával olyanokhoz is elvitte ennek az összeesküvésnek a hírét, a létezését, a tartalmait, akik maguktól sohasem kerestek volna rá, sohasem jutottak volna hozzá. Diresta szerint természetesen korábban is léteztek propagandisták, ám a közösségi média új, eddig nem látott lehetőséget teremtett eszméik és álhíreik terjesztésére.

4. A techcégek védekezésének kritikája. Tristan Harris a technológiai cégeket védő érvek közül megemlíti: gyakran jelenik meg az az álláspont, hogy a bicikli feltalálásakor sem kiáltotta senki, hogy vége a világnak. Az emberek megtanulták használni, elterjedt, a világ haladt tovább. Csakhogy a bicikli nem is eszköze választások elcsalásának. Úgy fogalmaz: „A közösségi média nem egy eszköz, amit használsz. Ennek saját céljai vannak, amelyek eléréséhez a pszichológiát használja." Így a gyerekek identitása felett is átveszi az irányítást, egyre mélyebbre ás az agyba. Komplett nemzedékeket nevelünk arra, hogy ha szorongunk, magányosak vagyunk, van egy digitális cumink, ami segít. Ám éppen emiatt lesz kevesebb esélyünk megküzdeni a problémákkal. A korábbi facebookos Sandy Parakilas arra hívja fel a figyelmet, hogy a legnagyobb techcégeknél is mindössze pár ember lehet, aki érti a rendszer egészének a működését. És azt még ők sem feltétlenül értik, mikor, mi, miért történik egy tartalommal. Szomorú összegzése szerint az emberek valójában már elvesztették a kontrollt a rendszerek felett, amelyek jobban irányítanak minket, mint amennyire mi irányítjuk őket.

5. Konklúzió. Tristan Harris szerint a közösségi média utópia és disztópia egyszerre, csodálatos és rémületes. Ugyanakkor a korrekció már nem elérhető opció: az üzleti modell és a részvényesek mostanra börtönbe zárták a nagy techcégeket. Jaron Lanier leszögezi, a Facebook és a Google a valaha volt legsikeresebb cégek közé tartoznak, méreteikhez képest kevés alkalmazottal dolgoznak, miközben rengeteg pénzt csinálnak. Hogy ezt milyen áron teszik, arra példaként a Wikipédiát, az emberiség nagy közös lexikonját hozza fel: képzeljük el, hogy a Wikipédia elkezdené személyre szabni a definiciókat, az információkat, megváltoztatná a szócikkeket annak megfelelően, hogy mit szeretnénk olvasni, látni. A Facebook vagy a YouTube ugyanis ezt teszi. Joe Toscano, a Google korábbi munkatársa is arra jut: ezek a srácok nem akartak gonoszak lenni, a probléma az üzleti modell, amire megoldás lehet, ha megadóztatják az adatgyűjtést és -feldolgozást, elvégre ezt még a vízfogyasztással is sikerült megtenni. Sandy Parakilas rögzíti: „Olyan rendszert hoztunk létre, amely a hamis információk felé hajlik, mert az igazság unalmas." El kell fogadni a szabadpiaci kapitalizmusban, hogy a cégek a profitra koncentrálnak, ám szerinte az egyszerűen nem normális, hogy nincs szabályozás, nincs konkurencia, és a techcégek kvázi kormányok módjára viselkednek, amikor azt mondják, képesek szabályokat hozni. Ennek példája a Facebook, amely saját legfelsőbb bíróságot hozott létre. Ugyanakkor Alex Roetter korábbi Twitter-alelnök szerint elkéstünk: megbüntethetjük, beperelhetjük őket, de a szellemet már kiengedtük a palackból.

Talán ennyiből is kirajzolódik, hogy a rendszer egykori szereplői, alkotói milyen félelmetes veszélyeket látnak. Fájdalmas szembenézni vele, hogy az igazság unalmas, s ez azért baj, mert a kapitalizmus logikája bünteti az unalmat. A Facebook és társai morálmentes munkájuk során arra kényszerülnek, hogy ellépjenek a tényektől és a valóságtól, ha jobban le sze-

retnék kötni a figyelmet, sikeresebben szeretnék kiszolgálni a hirdetőiket, minthogy a pénzcsináláshoz nekik nem arra van szükségük, hogy hitelesek legyenek, hanem arra, hogy elrabolják a perceinket.

Cathy O'Neil ezzel kapcsolatban egy különlegesen fontos, a kortárs nyilvánosság egyik fő fogalmi dilemmájaként megjelenő ügyet is problematizál, amikor azt mondja: az algoritmusok nem objektívek. Egyszerűen nem létezik olyan, hogy objektív algoritmus, ahogyan médiatermékből sincs ilyen, mint ahogyan azt érvelésünkben megmutatjuk majd. O'Neil szerint az algoritmusok kódokba ágyazott vélemények. Van ugyanis valamilyen sikerkritériumuk, arra vannak optimalizálva, hogy azt elérjék. Ez egészen egyszerű logika: ha egy kereskedelmi vállalat létrehoz egy algoritmust, akkor annak kereskedelmi érdeke és célja lesz. Éppen ezért eleve lehetetlen O'Neil szerint, hogy algoritmusok oldják meg a fakenews-problémát: az algoritmusok ugyanis nem tudják, mi az igazság.

2.2. Facebook a magyar nyilvánosságban, újságírásban

Amiről eddig beszéltem, az a Facebook demokratikus társadalomra, emberi pszichére gyakorolt hatásának következményeiről szólt. Ezek olyan állítások, történetek, amelyek bemutatják, hogyan roncsol a közösségi média, miként képes az emberi gondolkodás, viselkedés megváltoztatására, a demokratikus rendszerek iránti bizalom felszámolására, a manipuláció terjedésének elősegítésére, hatékonyságának növelésére. Ez a sötét vízió könnyedén torkollhat hitvitába, hiszen az utópisták, a technológiai optimisták, a kapitalizmus önkorrekciójában hívő tőkepártiak a végtelenségig képesek fönntartani a szabadságalapú érveket, amelyek oda futnak ki, hogy a techcégek tevékenységének súlyos bírálata lényegében demokráciaellenes, piaci alapon működő, nyereséges vállalatok elleni kvázi kommunista hadjárat.

Éppen ezért érdemes a nagy kép kiegészítéseként a nemzeti nyilvánosságban okozott változásokról beszélni. A Facebook, a Google és társaik ugyanis nem csupán hosszú távon károsítják a magyar médiát, az újságírást, így a demokratikus politikai modellek esélyeit, hanem éppen most is. A koronavírus-járvány talán a korábbiaknál is tisztábban és egyértelműbben mutatta meg, hogy az új technológiaipar micsoda rendíthetetlen, minden politikusnál veszélyesebb és könyörtelenebb ellenfele a demokratikus nyilvánosság hagyományos szereplőinek, így a demokratikus intézményrendszernek.

Amikor beköszöntött a járvány, a médiaipar kilátásai hirtelen rettenetesnek látszottak, minthogy a hirdetések befagytak, a gazdaság megállt, munkahelyek vesztek el, azaz a polgárok tartalomra költhető pénze is kevesebb lett. A karanténtól, a gazdaság leállásától elbizonytalanodó cégek visszafogták a kiadásaikat. Hatványozottan súlyosan érintette a krízis a nyomtatott lapokat, amelyeknek tehát nem csupán hirdetői, de olvasói árbevételeik is visszaestek, hiszen kevesebb ember volt az utcán, olykor kevesebb üzlet volt nyitva, így kevesebben is vásároltak újságokat.

Ezzel egy időben világossá vált, hogy soha akkora híréhség nem volt, mint akkoriban. A Gemius adatai szerint a két legolvasottabb hírportál egyaránt a járvány hazai kitörésének időszakában regisztrálta története legnagyobb látogatottságát. Az *Index* 2020. március 27-én 1,715 millió egyéni felhasználót, a *24.hu* 2020. március 15-én 1,396 millió olvasót ért el belföldön. Ahogyan abban az időszakban, úgy a későbbi értékelések alkalmával is sokan beszéltek arról, hogy a média gerjeszti a pánikot azzal, hogy irtózatos mennyiségben gyártja a koronavírussal összefüggő tartalmakat, amelyek aztán a címlapok kiemelt helyein kapnak helyet. Csakhogy ezek az elméletek biztosan nem a média működési logikájának ismeretén építkeznek: az újságok 2020-ban inkább reagáltak, nem pedig tematizáltak.

Idehaza az történt, hogy a kilencvenes években nem a *Népszabadság* vagy a *Magyar Nemzet* tudta meg, hogy az internet létezik, nem e vezető lapokat működtető cégek elöljárói ismerték fel a digitalizáció ütemét és föltartóztathatatlanságát: a piacot évtizedekre meghatározó médiatermékek kvázi zöldmezős beruházásként indultak. Megalakultaz *Internetto,* amelynek köszönhető az *Index*, valamint létrejött az *Origo*. Ez azzal járt, hogy a rendszerváltás utáni évtized meghatározó lapjai, a legismertebb brandek nem tudták többé megvédeni tartalmaikat, hiszen azok a digitális média akkor uralkodó logikájának megfelelően ingyen elérhetőek voltak a nagy hírsite-okon. Tehát mire az olvasók felébredtek, a hírgyárak elkészítették a szemléket, összefoglalókat a napilapokból. A hagyományos újságbrandek befolyása tehát a digitális média térhódításával megroppant.

A digitális média előretörése alapvetően hoz egy szakmai paradigmaváltást, amennyiben az újságkészítők azonnal látják az olvasói reakciókat. Például azt, mi az, amit kiemelten fontosnak ítélnek a szerkesztőségben, ám semmilyen módon nem találkozik az olvasói érdeklődéssel.

Amikor a fogyasztó megvásárol egy lapot, akkor nem csupán cikkeket vesz, hanem szerkesztői munkát, világlátást, értelmezési kereteket, hitelességet, normarendszert, stílust egyaránt. Vagyis egy alkotóközösség gondolatvilágának, identitásának és munkájának eredményét vásárolja meg. Az alapvető fogyasztói döntés, hogy melyik szerkesztőség, melyik márka jelentette tudásra van szüksége az olvasónak. Azért fizet, hogy az adott újság készítői összegyűjtsék számára a nap, a hét legfontosabb híreit, szelektálják az információkat, eseményeket, szereplőket, sorba rendezzék az anyagokat fontosságuk alapján, értelmezzék a történteket, kiemeljék a norma- és hitrendszerükből következően legfontosabb tudnivalókat, elmagyarázzák, mi és miért történik, megmutassák a kultúrából, a sportból, a világból azt, ami az olvasónak a szerkesztők hite szerint fontos lehet. Ez egy alapvetően másik alku, mint amit idehaza a digitális médiában

sokszor látunk. A print lapok esetében ugyanis a fogyasztók az alapvető döntést a vásárláskor hozzák meg, utána a komplett újság a kezükben van, válogatnak a bekerülő cikkekből, logikailag sokkal kisebb a súlya a címnek, sokkal jobb az eséllyel olvasnak el egy magaskultúráról szóló dolgozatot, tágabbak a szöveghosszúsági korlátok.

Az ingyenesen elérhető digitális médiumok fogyasztóinak egy része egészen más logikának köszönhetően jut el az újságig. Az e tekintetben legjobban teljesítő vezető hírsite-ok olvasóinak – a hagyományos értelemben vett újságos megjelenítésre nem alkalmas applikációval kiegészítve is – legfeljebb a fele érkezik a címlapra. Ők azok, akik a printújságokéhoz hasonló fogyasztói viselkedést mutatnak, azaz kíváncsiak arra, mit gondol az újság, melyik anyagot tartja a legfontosabbnak, hogyan szelektál, miként rendezi sorba a nap eseményeit. A többség azonban ilyen-olyan forgalomterelő oldalakról érkezik meg a cikkoldalra, amelyet éppen ezért mind többen neveznek az új címlapnak.

E körbe tartoznak az olyan hírgyűjtő oldalak, mint a Hírkereső vagy a Hírstart: ezeken az oldalakon a felhasználó csak címeket lát, azaz nem újságot választ, hanem a versenyző címek közül kattint a számára legjobbra. Ezeknél is fontosabb azonban a Facebook és a Google szerepe. A nagy technológiai cégek platformjai felhasználók millióit terelik algoritmusaikkal egyik újságra vagy a másikra. Teszik ezt anélkül, hogy pontosan tudnánk, milyen logika, milyen algoritmus alapján jelenítik meg az egyes tartalmakat egyes felhasználók üzenőfalain. Nyilván a magyar médiacégek sokat dolgoznak azon, hogy optimalizálják tartalmaikat e felületekre is annak érdekében, hogy az ő, ne pedig versenytársuk tartalma jelenjen meg a felhasználóknak. Vannak olyan mintázatok, amelyekből kinyerhetők tudások, de azért összességében fekete lyukat nézünk.

Azt viszont tudjuk, hogy a két vállalat ma képes lenne egyetlen döntéssel véget vetni egy magyar újság fenntarthatóságá-

nak. Merthogy amennyiben az algoritmus elzárná valamelyik site elérhetőségét, akkor olvasóinak száma olyan radikálisan csökkenne, hogy lényegében lehetetlen lenne más forrásokból pótolni. Ismétlem, a legjobban teljesítő is legfeljebb az olvasói kevesebb mint felét éri el saját címlapjával, az egyharmad sokkal reálisabb szám. A többség a cikkoldallal találkozik, ezért próbálnak mind többen, mind többet elmondani, reklámozni a cikkoldali felületen. Nem árulok el nagy titkot, hogy azok a felhasználók, akik a cikkoldalra, nem pedig az újságba érkeznek meg, sokkal kevesebb időt töltenek el a site-on, és kevesebb cikket is olvasnak el, hiszen nem tudatosan választották az adott médiumot, hanem az ismerősök megosztásainak, a címnek, a keresésre adott megfelelő tippnek, azaz valamelyik algoritmusnak köszönhetően találtak oda.

Már ez is jelzi, hogy a digitális térben az újságkészítők erősebben optimalizálják tartalmaikat az érdeklődésre. Ennek az az elsődleges oka, hogy az olvasottságról adattömeget kínáló szoftvereiknek köszönhetően azonnal és brutálisan erősen szembesülnek az olvasók valódi érdeklődésével, amely nyilván sok esetben üt el a szerkesztők által elgondolttól. Ennyiben a média tematizációs képessége sokkal karakteresebb volt, amikor a print lapok dominálták a piacot. Még akkor is így van, ha nyilván a digitális termékek készítői sem engednek azokból a szakmai minimumokból, amelyek szerintük újságuk integritását jelentik, azaz nyilvánvalóan sohasem készülnek címlapok csupán az olvasottsági számok alapján, hiszen akkor a vezető hírsite-ok címlapján is sokszor celebek szexinek gondolt képei és szakításaikról szóló beszámolók jelennének meg. (Egyébként a tömegérdeklődés fókusza jól lekövethető a televíziós nézettségi listákon: nem fordulhat elő, hogy a híradók megelőzik a celebvetélkedőket, a tehetségkutatókat.) Ettől még azonban sokkal erősebb változó a tömegkultúra instant reakciója, mint a hagyományos médiában. A közösségi média pedig egyenesen úgy működik, hogy az érdeklődés határozza meg a tudatot.

Mindaz, amit most írtam, erősen támasztja alá a korábban már idézett Streeck-elméletet, amely szerint a marketinggondolkodás a társadalmi szükségletek, így akár a hírfogyasztás (és -gyártás) kielégítésének optimális útja. A fogyasztók arra vágynak, hogy a tartalom mindinkább igazodjon ízlésükhöz, igényeikhez, és a térben, ahol csak a hírek reklámjai (azaz címei, nyitóképei) versenyeznek egymással, a média automatikusan igazodik ezekhez a vágyakhoz. Ráadásul e médiaműködési változás rímel Streeck politikaleírására is. A német szerint az egyedi „vásárlások" miatt mind dekontextualizáltabbak a politikai döntések is, azaz a politika kevésbé szól arról, hogyan kellene működtetni a társadalmat, milyen integráns víziót kínál a politikus. Ehelyett általában egyes politikai döntéseket, termékeket vesznek meg vagy utasítanak el a polgárok. Ha csak laza párhuzamot húzunk, akkor is világos, hogy e piaci logika megfeleltethető annak, hogy teljes újságok, értékkészletek helyett cikkeket, címeket veszünk meg a nyilvánosság egyes tereiben. Mindebből tehát érdemi médiakritika következik, hiszen levezethető, hogy a gazdasági rendszer logikája hogyan hajlítja a szakmai döntéseket, esetleg befolyásolja a tartalomkészítést.

„A média vagy a fogyasztó diktál?" című dilemma erőteljesen jelent meg a koronavírus-járvány média-reprezentációjának ügyében. A magyar digitális média nagyon erősen kiszolgálta az elemi érdeklődést, a komplett koronás címlapok vezettek ahhoz a kritikához, hogy a média, nem pedig a vírus termeli a pánikot. Első körben el is tekintek attól az apróságtól, hogy nem a média hozta azokat a példátlan politikai döntéseket, amelyek nyomán komplett országokat zártak le, nemzedékek számára ismeretlen szabadsághiányt jelentő karanténokat hoztak létre, és nem a média döntött úgy, hogy műtéteket kell felfüggeszteni azért, hogy az egészségügyi ellátás bírja a vírusos betegek jelentette terhelést. Azaz a világ politikai döntéshozói, demokratikus legitimációval ellátott, választott politikusok

határoztak úgy, hogy – az utóbbi évtizedekben liberális demokráciákban nem látott módon – a szabadságjogok jelentős korlátozásával próbálják megállítani a járvány terjedését.

Márpedig ha a világ liberális demokráciái, fél- és totális diktatúrái lényegében egységesen jelölik ki első számú témának a vírus kezelését, s igazítják ehhez politikai döntéseiket, akkor belátható, hogy a médiakritikák többsége legfeljebb azon az elképzelésen nyugodhatott, hogy a szerkesztőségeknek fölül kellett volna bírálniuk a demokratikus és kevésbé demokratikus vezetők helyzetmegítélését, a tudományos élet legjobbjainak és az egészségügyi rendszer vezetőinek állításait egyaránt, és olyan hatalmi-politikai pozíciót fölvenniük, amely egyúttal igazolta volna Orbán Viktor és a hozzá hasonló autoriter vezetők álláspontját arról, hogy a szabad nyilvánosság főszereplői valójában hatalmi-politikai tényezők, amelyek demokratikus felhatalmazás és felelősség nélkül alakítják a hatalmi-politikai viszonyokat. Hiszen a vélemények megjelenítésén, a közéleti viták, az esetleges ellenérvek, kritikák – funkciójából fakadó – bemutatásán túl ellen kellett volna tartaniuk a politikai döntéseknek, amelyeknek irányát lényegében teljes politikai konszenzus övezte.

Ez a szerepfelfogás azonban távol áll a mainstream szereplőktől, amit éppen a koronavírus-járvány mutatott meg legélesebben. A média ugyanis nem pánikot keltett, hanem éppen klasszikus szerepét játszotta: igazodott a példa nélküli döntésekhez, miközben kiszolgálta az óriási olvasói érdeklődést. Ez nem jelenti azt, hogy ne lenne alapja számos médiakritikának. Mondok egy példát, amelyik éppen a szabadpiaci kapitalizmus kódolta szélsőségesen dinamikus versenyből és a már emlegetett kontextusmentességből következik. A digitális médiában a hírsite-oknak iszonyú ütemben kell gyártani a tartalmat, a gyorshíreket, hogy kiszolgálják az olvasói érdeklődést, maximalizálják a felhasználók számát. Ennek nyomán viszont éppen a Streeck-példába képesek belefutni: a fogyasztó

egyedi vásárlásaira koncentrálnak. Értsd: az adott pillanatban az adott cikket igyekeznek optimalizálni, s nincs idejük, lehetőségük kontextust teremteni, a híreket összevetni, elemezni.

Ennek nyomán akár néhány perces különbséggel születhetnek első ránézésre (csak a címeket olvasásva) egymással vitatkozó cikkek arról, hogy például oltanak-e hatvan éven felülieket Astra Zeneca-vakcinával, vagy sem. A lapok persze igyekeznek elvégezni a munkájukat, és riportereik a következő napokon nyilván írnak összefoglaló cikket arról, mit mondanak erről az ellentmondásról a virológusok, a gyógyszergyártó cég, a kormányzatok, s mi alapján dönt egyik, illetve másik ország. Ám ennek a gyakorlatnak éppen a nyilvánosság bemutatott problémái miatt korlázotott az érvényessége: a fogyasztók jó része nem lapot (komplett csomagot) vásárol (olvas), hanem egyetlen cikket, ami, meglehet, éppen az egyik kontextus nélküli szöveg volt. Mivel iszonyatos a zaj, s választott cikke adott pillanatban ellentmondhat a Facebookon egy másik újság kínálatából megjelenő cikknek, ez a működési modell a mainstream média iránti bizalom csökkenését is eredményezheti. Hiszen még a legtájékozottabb, legnagyobb tőkével rendelkező olvasók is föladhatják egy ponton, hiszen ott maradhat a kérdés előttük: most akkor lehet ezzel oltani hatvan fölött vagy nem? Ez olyan üzemeltetési probléma, amely logikusan következik abból a versenyből, amelyet a hírsite-ok a felhasználó figyelméért folytatnak, és amelynek megoldását egyelőre leginkább lehetetlennek látom, elvégre a termék (újság) működésének logikájából egyszerűen ez a modell következik, és a kiszállás csakis jelentős olvasó-, vagyis pénzveszteség árán lenne lehetséges, ami viszont az újság fönntartását veszélyzetetné, így praktikusan nem megvalósítható.

Ha e strukturális dilemmától eltekintünk, akkor nézhetjük tovább a járvány médiamegjelenésének részleteit. Az egyes lapok olvasottsági statisztikái például egyként mutattak arra, hogy a koronával kapcsolatos hírek a legnépszerűbbek.

Ugyanakkor ezzel együtt érdemi ellenvetésnek látszik, hogy a médiumok maguk is generálhatták az érdeklődést, hogy aztán kiszolgálják azt. Ám kontrollváltozónak érdemes a Google-kereséseket áttekinteni. A koronavírus-járvány beköszönte után a vírussal kapcsolatos kifejezések uralták e teret. És amikor a felhasználó szemben ül a Google keresőjével, akkor alapvetően maga választja, mire keres. Seth Stephens-Davidowitz bőven ír erről *Mindenki hazudik* című kötetében. A kötet példák hosszú sorával igazolja, hogy az emberek érdeklődésének pontos megértéséhez érdemes a Google adataira is támaszkodni. Alapvetően arra koncentrál, hogy megmutassa, valójában mennyire mások az emberek a valóságban, mint amilyennek mutatják magukat a nyilvános/virtuális térben. Adatokból rajzolt rasszizmustérképének köszönhetően jött rá, hogy Barack Obama valójában nagyobb győzelmet aratott az amerikai elnökválasztáson, mint gondoltuk, mivel négy százalékpontot veszített a nyílt rasszizmus miatt. Ennek köszönhetően viszont utólag érthetőbbé vált, miért nem látták oly sokan előre Donald Trump későbbi sikerét. Hogy mennyire nehéz megérteni és elfogadni, hogy a technológia új adatsorai egy olyan valóságot mutatnak, amelyet korábban nem láttunk, azt jelzi, hogy Stephens-Davidowitz tanulmányát öt tudományos folyóirat is visszadobta, hiszen szerintük Amerika nem ilyen.

Pedig valójában sohasem tudjuk, hogy milyen. Ezt mutatja a 2015-ös kaliforniai mészárlás után elmondott Obama-beszéd eredménye. Az elnököt a hagyományos média szépen megdicsérte, miután elutasította, hogy vallási alapon értékeljék a gyilkosok tettét. Csakhogy közben az adatok azt mutatták, 60%-kal nőtt a menekültekkel kapcsolatos negatív keresések száma. A mérsékelt polgár úgy gondolhatta, hogy Obama nyugalmat sugárzott, miközben ha a keresési adatokat néztük, mintha olajat öntött volna a tűzre. Az adatok tehát mára nagyon erősen árnyalják tudásainkat, azaz a média szereplőinek hitei, tudásai nagyon erős és azonnali visszacsatolást kapnak, ennek nyomán pedig sokkal fogyasztóközpontúbb a digitális média, mint valaha volt. A független médiának tehát úgy erősödött a reagáló funkciója, ahogyan közben gyengült a tematizációs szerepe. (Azért szerepel a független média e mondatban is, mert a tapasztalatok alapján a kormány által közvetve vagy közvetlenül finanszírozott médiumok intaktak a világ alakulásától, az információk fontosságától és az olvasói érdeklődéstől, a kormány által meghatározott üzeneteket sulykolják, ebben az értelemben a propaganda sohasem adja fel tematizációs szerepét, minthogy feladata a párt, s nem az olvasók kiszolgálása, vagyis nem olvasókat, hanem szavazókat keres. Éppen ezért nem is foglalkozunk érdemben ebben a szövegben ezzel a szektorral, hiszen nem média-, hanem politikai logikát érvényesít működésében.)

Persze e bizonyítási kör is bírálható azzal, hogy a Google automata kiegészítő segítsége például orientálja a usert, a keresők is manipulálnak, hiszen ahogyan már a korábbi fejezetben idéztem, nincsenek objektív algoritmusok, hanem ezek is kódokba ágyazott vélemények. Ám minden médiakritikai elemmel együtt is úgy látszik, nem tudunk olyan változót mutatni, amely ne azt jelezné, hogy a koronavírus témája uralta a világot. Ez határozta meg a politikát, a kormányok politikai cselekvését, ez érdekelte az embereket.

A járvány új normákat és intézkedéseket is hozott. A magyar törvényhozás kétharmados fideszes többsége például elfogadta az úgynevezett felhatalmazási törvényt, amely kvázi teljhatalmat garantált a kormánynak. Ebben a jogszabályban az ellenzék a diktatúra beköszöntét, a Fidesz viszont a járvány elleni védekezés szükséges és egyetlen lehetséges eszközét látta. Témánk szempontjából az ügy egyik médiaügyi vonatkozása érdekes: módosult a büntető törvénykönyv, kiegészült „a járvány elleni védekezés akadályozása" nevű bűncselekménnyel. A leginkább bírált pont a rémhír- és álhírterjesztésről szólt. A javaslat azt mondta, hogy aki különleges jogrend

idején (mint a koronavírus-járvány idején bevezetett veszélyhelyzet) állít nagy nyilvánosság előtt valótlan tényt vagy ferdít el tényeket, ami alkalmas arra, hogy a védekezés eredményességét akadályozza vagy meghiúsítsa, egytől öt évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. Ez nyilvánvalóan a szabad nyilvánosságra veszélyt jelentő gumiszabály, hiszen nem tudni, mit jelent a veszély, ahogyan nem tűnik definiálhatónak a védekezés eredményessége sem, és még kevésbé érthető, miként lehetne egy hír és az eredmény közötti ok-okozati összefüggést kimutatni. Ahogyan Schiffer András ügyvéd, az LMP alapítója, korábbi országgyűlési képviselő fogalmazott: „A védekezést akadályozó vagy meghiúsító rémhírterjesztés szigorú üldözése természetesen helyes, sőt kifejezetten szükséges – jóllehet ez nem annyira újdonság, inkább csak pontosítása az eddigi szabályozásnak. A védekezés eredményességéről viszont csak a történelem tud ítéletet alkotni, bíróság aligha. A véleményszabadság világos normatartalom nélküli büntetőjogi korlátozása még veszélyhelyzetben is alaptörvény-ellenes."

Ha az Orbán-rendszerben hoznak ilyen jogszabályt, az okot ad az aggodalomra, tekintettel arra, hogy az állami propaganda központja, az állami média például vádolt álhírterjesztéssel független médiumokat. Azaz mivel a kormányoldal a független média által feltárt híreket rendre elnevezte álhírnek, egy hasonló jogszabály bevezetése okkal volt értelmezhető potenciális veszélyként.

Ám elsősorban nem a szöveg, hanem a magyar kormány karaktere okozta a félelmet. Merthogy alapvetően úgy gondolom, hogy veszélyhelyzet idején nem csupán a politika, az egészségügy vagy a tudomány, de a hírgyártás felelőssége is erősebb. Korántsem hiszem, hogy ne lehetne felelősségre vonni valakit, ha tudatában van annak, hogy hazugság, amit mond, és, mondjuk, a széles nyilvánosságban terjeszti, hogy másnap lezárják az országot, vagy minden ellenőrzés nélkül állítja, hogy négy óra múlva nem mehetnek boltba a budapestiek. A kormány-

párt beszélő fejei korántsem például a hagyományos média ellenőrzési mechanizmusai nélkül dolgozó, a nyilvánosságban több százezer felhasználót elérő influenszerekre utalgattak, amikor álhírekről beszéltek, hanem a független médiára. Márpedig ezen a ponton szépen bemutatható, miben is különbözik a közösségi média a hagyományos médiától. Hogy visszatérjek eredeti felvetésemhez, mindez jelzi, hogyan mozognak a Facebook és társai a nyilvánosságban és a médiapiacon, és miként a hagyományos média szereplői.

Ez a jogszabály ugyanis szépen rámutatott arra, hogy mivel nem kell a Facebooknak foglalkoznia. Mindegy is, hogy én személyesen kisebb veszélynek ítéltem-e a felhatalmazási törvény médiára vonatkozó passzusát, mint más médiamunkások, mert a lényeg az: mindegyikünk gondolkodásának központi eleme volt. Okkal vetődött fel, hogy a rendelkezés bizonyos esetekben öncenzúrát okozhat, hiszen mivel egy gumiszabályról nem ítélhető meg, hol vannak a határai, valós veszélyérzet jelenhetett meg újságírók fejében arról, hogy esetleg rémhírterjesztés gyanújába keverednek. Még akkor is, ha a jogszabály tudatosságot feltételez, azaz a szankciók elméletileg a hamis információt szándékosan terjesztőket fenyegették, nem pedig azokat, akik akaratlanul tévednek, azaz nincsenek tudatában annak, hogy nem igaz, amit írnak/mondanak. Tehát a szerkesztőségeknek számolniuk kellett a jogi felelősség kérdésével, amivel a Facebooknak nem kell.

Az egyes nyilvánosságok legabszurdabb ügyéhez érkeztünk el: a Facebooknak és társainak sem jogi, sem erkölcsi, sem pénzügyi felelősséget nem kell vállalniuk azokban az országokban, amelyekben működnek.

1. Jogi felelősség. A járvány nyomán születő jogszabályt hoztuk példának, ám ennél is erősebbek a mindennapok ügyei. Merthogy egy átlagos szerkesztőség, amely a nemzeti és – az internetnek köszönhetően – a globális nyilvánosságban műkö-

dik, minden leírt mondatáért jogi felelősséget vállal. Ennek van morális és pénzügyi vetülete egyaránt. A szabad nyilvánosság legfontosabb piaci szereplőinek márkájuk jelenti a szakmai és üzleti siker alapját egyaránt. Ahhoz, hogy a brand erősödjön, őrizniük és erősíteniük kell hitelességüket. Vagyis azt ígérik az olvasóknak, hogy amit írnak, igaz. Ennek különösen nagy a jelentősége abban a dezinformációs korban, amikor mind többen fordulnak hatalmi és politikai érdekből a manipuláció felé, mind többen akarják álhírekkel elbizonytalítani az embereket, mind többen használják a látszólagos információt manipulációra. Azért, hogy e munkájukat jól végezhessék: költenek. Azaz olyan újságírókkal dolgoznak, akik képesek e minőségbiztosítási feltételeknek megfelelni, ellenőrzik az információkat, minden módon próbálnak közelebb kerülni az igazsághoz. Emellett fizetnek szerkesztőket, akiknek az a feladatuk, hogy kontrollálják a kéziratokat, azaz megjelenés előtt átfésüljék a cikkeket, hogy igazolhatók-e az állítások, ellenőrzöttek-e a tények. Ezek után publikálnak szövegeket, amelyekben a legkörültekintőbb eljárás mellett is lehetnek hibák, illetve nyilván az is előfordulhat, hogy hiába biztosak igazságukban, nem tudják elegendő bizonyítékkal körbebástyázni a leírtakat. Ám nem csak ilyen esetekben kell alkalmanként a bíróságon megvédeni eljárásukat és a megjelent szöveget, hanem akkor is, ha minden pontos. Merthogy az érintettek sokasága vélheti úgy, hogy a leírtak nem felelnek meg a valóságnak, hamis színben tüntetik fel őket, esetleg ítélhetik meg úgy, hogy hiába igaz és pontos minden, ami nyilvánosságra került, nem volt a médiumnak joga feltárni a rájuk vonatkozó személyes információkat. Bármi is az ok, rendkívüli extra terhet jelent az egyes cikkek védelme az igazságszolgáltatásban. Merthogy a médiumoknak jogászokat kell foglalkoztatniuk, sőt újságíróik munkaidejének egy része is a jogi eljárásban alkalmazott védekezés elősegítésére megy, miközben a lapot is írni kellene. Rengeteg erőforrást emészt fel a küzdelem a leírtakért, amelyekért tehát vállalják a felelősséget. Még olyan esetekben is, amikor egy másik lap tényfeltáró munkáját, hírét szemlézik. Ha a másik szerkesztőség hibázott, az újraközlő is felel érte, noha cikkek sokaságánál nincs is lehetőség az érdemi ellenőrzésre. Hiszen ha egy hatalmas anyagon a legjobb tényfeltáró újságírók hónapokig dolgoznak, mielőtt publikálják a szöveget, lehetetlen pár perc alatt bármilyen ellenőrzést végezni, ilyen esetekben az újraközlők éppen a márka hitele miatt szavaznak bizalmat a másik szerkesztőségek, azaz elhiszik, amit a másik lap állít. Ezért is vállalják a felelősséget. A kivétel a Facebook. Merthogy a jelenlegi jogszabályi keretben a Facebook nem számít médiaterméknek, így nem kell felelnie a közzétett tartalmakért. Tehát miközben az újságoknak még azokért a tartalmakért is jogi felelősséget kell vállalniuk, amelyeket más médiumoktól szemléznek le úgy, hogy tisztában vannak e felelősséggel, így ennek tudatában szelektálnak, addig a Facebook bármennyi médiatartalmat felhasználhat, semmilyen felelősséggel nem tartozik értük. Nem csoda, hogy éppen úgy futnak felületein a legnagyobb munkával készült, legpontosabb, legkörültekintőbben ellenőrzött tartalmak, ahogyan a manipulációs szándékkal létrehozott, minden tényalapot nélkülöző álhírek és összeesküvés-elméletet hirdető random szövegek.

2. Morális, erkölcsi felelősség. Ez pedig elvezet a következő körhöz, amely a morális felelősséget érinti. Amikor a hagyományos média szereplőiről beszélünk, akkor olyan aktorokat látunk, amelyek normák, szakmai értékkészlet alapján működnek. Azaz nem csupán a jogszabályok korlátozzák munkájukat, hanem megfelelnek erkölcsi elvárásoknak is. A szándékuk egyszerűen az, hogy ne tévedjenek, ne készítsenek olyan tartalmat, amely nem felel meg a szerkesztőség morális minimumának, a politikai közösség erkölcsi elvárásainak. Azaz például szándékosan nem tesznek közzé olyasmit, amiről tudják, hogy nem igaz. Ha úgy alakul, hogy tévednek, azt

belátják, és mindent megtesznek azért, hogy korrigálják hibájukat. Ezzel szemben a Facebook, ugye, nem médiatermékként, hanem technológiai platformként definiálja magát, ezzel azt üzenve, nem tud erkölcsi felelősséget vállalni tartalmakért, hiszen nem szerkeszti, feldolgozza a híreket, csupán közzéteszi azokat, akár egy újságárus. Bíbelődhetnénk ennek az állításnak az abszurditásával, ám szerencsére nem kell, mert maga a Facebook jelentette be, hogy ez egyszerűen nem igaz. Méghozzá akkor, amikor az álhírek és összeesküvés-elméletek miatt rá nehezedő mind erősebb nyomás után deklarálta: kvázi álhírrendőrséget indít, megjelöli a fake news-nak ítélt tartalmakat. Magyarországon például az AFP hírügynökség bevonásával dolgoznak az ügyön. Vagyis a techóriás maga határozott úgy, hogy dönt tartalmak valódiságáról, ellenőrzi azokat, ennek fényében még inkább abszurd, hogy nem kell felelősséget vállalnia a tartalomért, de még azért sem, ha valamit álhírnek minősít.

3. Pénzügyi felelősség. A Facebook tehát úgy használja a világ legtöbb médiumának tartalmait arra, hogy felhasználói tájékozódhassanak, informálódhassanak, vitatkozhassanak, hogy nem tart fenn szerkesztőségeket. Azaz a helyi nyilvánosság szereplői egy mind szűkülő piacon, irtózatos versenyben igyekeznek hitelességüket erősítve mértékadó tartalmat készíteni, miközben a világ legnagyobb és leggazdagabb cégeinek egyike arra sem költ, hogy az általuk elkészített tartalmakat használja. S mindeközben természetesen még adót is visszafogottan fizet. A *The Guardian* tudatta 2019 végén, hogy a Facebook 1,6 milliárd fontos rekordbevétele után mindössze 28 millió font adót fizetett, a *Financial Review* pedig hírül adta, hogy a Facebook Ausztráliában 674 millió dollár bevételre tett szert a helyi hirdetőktől, akik a platformot használták reklámozásra, de mindössze 17 millió adót fizetett. A sor folytatható.

Ezek tehát olyan tényezők, amelyek mutatják, hogy a Facebooknak mennyivel olcsóbb a médiapiacon működnie, mint a helyi nyilvánosság szereplőinek, amelyek felelősséget vállalnak. (Továbbra is fontos hangsúlyozni, hogy a Facebookot szimbólumként használjuk, a példák sorában a Google-tól a Twitterig számos más cég is szerepelhetne.) Ez azonban önmagában nem magyarázza meg, miért roncsolja a korábban sorolt általános problémákon túl a helyi nyilvánosságokat. Ennek az az oka, hogy a médiapiac bevételeiből gazdagodik.

A Magyar Reklámszövetség 2021 áprilisában tette közzé a 2020-as magyar reklámelemzését. A koronavírus-járvány, és a nyomában járó gazdasági válság miatt az összköltés csökkent, a médiatorta mérete 240 milliárd forint volt. Ennek 44,7%-át, azaz nagyjából 107 milliárd forintot tesz ki a digitális költés, aminek 59%-a, összesen több mint 63 milliárd forint került a globális szereplőkhöz. Még egyszer: a nagy technológiai cégek több reklámbevételt realizáltak, mint a komplett magyar digitális média. Ez az arány a digitális költéseken belül 2016 óta minden évben 2%-kal növekszik. Ugyanakkor e ponton fontos a reklámok szerepére kitérni, mivel korábban rendszerproblémaként említettem a gazdasági beszéd korlátlanságát, majd azzal érveltem, hogy a marketinglogika hatása a médiára valójában távolítja a tartalomkészítést szakmai standardjaitól. Ám mindezzel együtt a hirdetések tartják el ma a legnagyobb magyar médiumok meghatározó többségét. Azaz a nagy üzleti modellek egyértelműen arra épülnek, hogy az olvasók figyelmükkel fizetnek a lapoknak a tartalomért, a lapok pedig e figyelem értékesítése nyomán képesek finanszírozni működésüket, ami elméletileg nem áll messze a Facebook gyakorlatától. A különbség azonban a felelősségvállalás miatt beláthatatlan.

De mielőtt erről beszélnék, rögzítem: máris mutatkozik feszültség az eszmei alapvetések és a gyakorlat között. Ez a dilemma végül az idealizmus–realizmus vitához vezet el, amelyben az idealizmus szerepét – az utópiákról leszakadva –

már régen az ellentartásban, az eszme mind erősebb érvényesítésében látom, ahogyan egyébként az iménti, koronavírus-híreknél mesélt példázat is megmutatta. Vagyis leginkább érdemes magatartásnak azt tartom, ha az ideális megoldások és gondolatok felé törekszik mindenki annak tudatában, hogy a reáliák meghúzzák a határokat. Ez, ha úgy tetszik, kompromisszum. Ám egyáltalán nem föladás, merthogy nincs komplett ideális megoldásom. Azaz valójában nem tudnék fölvázolni nagy szerkezeti alternatívát, még ha pontosan sikerülne is azonosítanom a jelenlegi médiastruktúra összes hibáját is. Vagyis nyilván lenne elméletem arra, milyen lenne az ideális médiavilág, csakhogy az olvasók a jelenlegi adataink, tudásaink alapján nem ünnepelnék az ideáljaimat, amiből az következik, hogy elképzelt rendszeremmel csak egy elitelképzelést mutatnék be, amire nem mutatkozna érdemi igény a tömegkultúrában. De ezen a szöveghelyen már nem mélyedek el jobban a problémában: részint azért, mert nem lennék képes e nézőpontból egységes társadalmi modell-kritikát alkotni, részint azért, mert a szöveg csakis a médiára koncentrál.

Ezzel a kitérővel tehát csak arra akartam emlékeztetni: tisztában vagyok azzal, hogy bizonyos feszültségek, inkonzisztenciák kísérik gondolkodásomat, munkámat, ám szinte biztosan téved, aki szerint létezik e feszültségektől, inkonzisztenciáktól mentes politikai gondolkodás, randevú eszme és valóság között. Az idealizmusom tehát realista, amennyiben arra törekszem, hogy eszméim, hiteim, morális vállalásaim a leginkább érvényesek legyenek a nyilvánosságban. Azaz például sikerüljön távol tartani a reklámlogikát a tartalomkészítéstől, megvédeni a szerkesztőségi tartalmakat a marketinges gondolkodásmódtól. Persze amikor erről beszélek, akkor beleakadok ugyanabba a problémába, amelyet a politika átalakulásánál is említek: a liberális demokrácia nem volt felkészülve arra, hogy önellentmondásait immorális szereplők kihasználják, a nyilvánosság nem volt felkészülve arra, hogy a Facebookot

immorális szereplők manipulációra használják, a média pedig nem volt felkészülve arra, a Facebook tagadja majd a nyilvánosság normarendszerét. Azaz ahogyan az orosz trollok használják az üzenőfalat álhírek terjesztésére, úgy használja a Facebook az adatokat a reklámok és az üzenőfal tökéletesítésére, amivel közvetve a média hagyományos szereplőit szorítja sarokba. Hiszen utóbbiak hitük szerint nem optimalizálhatják a felhasználóra a tartalmakat, elvégre éppen azért nevezik magukat újságnak, mert szakmai, szerkesztői döntéseket hoznak, és nem foglalkoznak azzal, hogy ki, miről olvasna szívesebben, nem szoríthatja ki cuki cicás kép, pornósztárokról vagy influenszerekről szóló hír a parlamenti tudósítát vagy éppen az íróval készült interjút a címlapról csak azért, mert előbbiekre többen lennének kíváncsiak. Ez az újságszerkesztés, ez jelenti az algoritmusoknak, a mesterséges intelligenciának, az adatoknak való ellenállást, ez jelenti az újságírás hagyományainak és szellemiségének képviseletét a marketinglogikával, azaz a szabadpiaci kapitalizmus tisztán piaci logikájával szemben. És ez az, ami a Facebookot hidegen hagyja: gátlás nélkül adja a felhasználónak azokat a tartalmakat, amelyekre a leginkább kíváncsi, amelyekre a legnagyobb valószínűséggel kattint. Az alapvető különbség tehát, hogy a Facebook működése egydimenziós: csak a piaci logika mozgatja. A média is piacon mozog, ám működését több dimenzió, felelősség szorítja, így egyetlen logikája sem tud abszolút lenni, mivel piaci, morális, szakmai elvek egyaránt befolyásolják döntéseit.

A reklámügyi exkurzus után térjünk vissza a Facebookhoz, amelyeknek működési képlete tehát így néz ki: a szolgáltatási területen rendkívül keveset adózó multinacionális cégek óriási bevételekre tesznek szert a reklámköltéseknek köszönhetően a nemzeti piacokon úgy, hogy felhasználóikat a nemzeti nyilvánosság szereplői által komoly erőforrásokból előállított tartalmakkal látják el. Ennek köszönhetően a userek sok időt töltenek az oldalon, elvégre minden információt, szórakoztató

tartalmat megkapnak, így a Facebook még több adatot gyűjthet róluk, még pontosabban kínálhatja nekik a hirdetéseket, így még több pénzt szívhat el azoktól a médiacégektől, amelyek munkájából részben él, hogy cserébe se jogi, se morális, se pénzügyi felelősséget ne vállaljon az adott nemzeti nyilvánosságban végzett munkájáért. Azaz pusztításáért.

Miközben tehát a nagy képet nézve leginkább arról szoktunk beszélni, milyen mentális struktúrákat változtatnak meg a közösségi médiumok, hogyan privatizálják és értékesítik figyelmünket, azaz adnak el minket, milyen hatással vannak az álhírek terjedésére, valójában nagyon konkrét károkat is okoznak a helyi nyilvánosságokban.

E károk fölfoghatatlanok. Nem csoda, hogy mind több okból nehezedik nyomás a Facebookra azért, hogy változásokat eszközöljenek működésükben. Ennek egyik ágát adózási kérdések jelentik. Ugyancsak fontos viták jelennek meg a szólásszabadság ügyében, elvégre nehezen értelmezhető, hogy magukat nem médiumként azonosító technológiai platformok tiltanak bizonyos véleményeket, elbírálnak tartalmakat, és nem belátható, hogy ezt milyen jogszabályi alapon, milyen felhatalmazással teszik. Ugyancsak fölismerték már nemzeti kormányok a közösségi oldalak médiarendszerben végzett mocskos munkáját: legelőször Ausztráliának sikerült áttörést elérnie, hiszen a Facebooknak és a Google-nek végre fizetnie kell a hírekért, amelyeket a cégek a platfomjaikon használnak, illetve monetizálnak. Ezek azonban még mindig csak a felszínt kapargatják, hiszen a nagy techcégek megszámlálhatatlan dilemmát termelnek. Ezek egyike például a Google keresőmotorja, amely a beütött keresőszavak után tartalmakat ajánl, ám ellenőrizhetetlen, milyen módszertannal teszi sorba az egyes médiumok híreit, miközben ezzel a rangsorral alapvetően befolyásolja a médiumok látogatottságát, így szakmai-piaci sikerét. Nem fölfogható, miként lehetne objektív az algoritmus, hiszen valamilyen sikerkritériumokat meghatároznak neki, vagy meghatároz magának, márpedig a sikerkritériumok nyilvánvalóan valamilyen üzleti érdekhez köthetők.

Talán már ennyi is jelzi, milyen aknamezőt telepített a Facebook- és Google-világ a nemzeti nyilvánosságok, médiarendszerek alá. A nemzeti kormányok egyelőre nem látszanak alkalmasnak arra, hogy kezeljék a problémákat, amelyek a szólásszabadságtól a piaci versenyig egészen széles kört érintenek. Tovább eszkalálja a gondokat, hogy a nemzeti kormányok sora valójában nem a szabad és fair nyilvánosságban érdekelt. Manapság mind több országban látjuk, hogy a hatalmak a kialakult új nyilvánosságot tökéletesen használják manipulációra, így a Facebook-probléma leginkább annyiban akadályozza őket, amennyiben a Facebook e tevékenységüket gátolja.

És így meg is érkezünk Magyarországra, amelyet Orbán Viktor 2010 óta tartó újkori uralkodása idején ért el a globális nyilvánosság radikális átalakulása, az új manipulációs technikák térhódítása, a szabad nyilvánosság válsága.

3. ORBÁN VIKTOR MÉDIAGONDOLKODÁSA

„Az egy fake news-gyár, oda nem nyilatkozom" – tudatta Orbán Viktor az *Index* riporterével 2018 tavaszán, amikor az újságíró kérdezni akart tőle egyet. Az odavetett mondat szépen mutatja meg, hogyan gondolkodik a miniszterelnök a médiáról. A közlésben tényleg minden benne van: a nem kormánypárti médium munkatársa vidéken áll lesben, ha esélyt akar kapni egy kérdésre, a kormányfő pedig a formáját hozza, amikor sanszot sem ad neki, és ami a legfontosabb: egyúttal fake newsozik is egyet, amivel elbeszéli médiaértelmezésének alapját. (Hogy az objektív tények szerint Orbánnak egyébként a saját médiájában érdemes álhírek után kutatnia, azt igazolja, hogy az *Átlátszó* által kikért adatok szerint a független média 2020-ban hét, 2019-ben négy, a kormányközeli média 2020-ban ötvenhét, 2019-ben hatvanegy helyreigazítási pert vesztett a Fővárosi Törvényszéken, mindkét esztendőben az *Origo* és a *Pesti Srácok* bukta el a legtöbb eljárást.)

Ebben a fejezetben azt írom meg, hogyan látom Orbán médiában érvényesített politikai logikáját. Ezért is szerepel a fejezet címében médiagondolkodás, nem pedig médiapolitika. Nagyon sokan, nagyon részletesen bemutatták, milyen politikai-hatalmi lépések sorozatával alakították át Orbán Viktorék a magyar médiarendszert, hogyan szűkítették a sajtószabadságot, miként tették mind nehezebbé a hozzáférést az információkhoz, hogyan építettek közpénzből brutális propagandagépezetet, miként szüntették meg a közszolgálati médiát, hogy a helyére szélsőséges következetességgel pártvezérelt állami médiát hozzanak létre, hogyan finanszírozzák állami költésekkel kézivezérelt médiájukat, és e közpénztömeggel hogyan

deformálják a piacot. A konkrét lépések fontosak, ám ez az elbeszélés nem szakpolitikai áttekintésre vállalkozik, hanem a nyilvánosság radikális átalakulását elősegítő folyamatokat, hatalmi és politikai változásokat és vállalásokat próbálja összefüggően láttatni.

Eddig arról beszéltem, hogy a liberális demokrácia belső feszültségei miként teremtették meg a fundamentumait annak a radikális változásnak, amelyet az óriási technológiai vállalatok közösségi médiumai teljesítettek be, miként váltak e démoni erők a demokratikus politikai rendszerek ellenségeivé, és hogyan lehettek szövetségesei a manipulációban az olyan politikusoknak, akik a médiát, azaz a nyilvánosságot egyértelműen a hatalom megszerzésének eszközeként láttatják, és nem ismerik el független szerepét a demokratikus államrendben. Pedig hogy komoly szerepe van benne, azt szépen illusztrálja Amartya Sen munkássága. A közgazdasági Nobel-díjas gondolkodó híres tétele szerint működő demokráciában még sohasem volt nagyobb éhínség. A mondás témánk szempontjából releváns része a nyilvánosságra, a médiára vonatkozik. Sen szerint ugyanis ha a hatalom el is hallgatna kellemetlen ügyeket, botrányokat, a szabad sajtó és nyilvánosság képes a hang nélküliek, az elnyomottak ügyeit felszínre hozni, így a hatalmat reakcióra késztetni.

Két fontos példája közül az egyik a második világháború idejére, 1943-ra esik. A bengáli esetnél a brit sajtó lényegében némasági fogadalmat tett, hogy így támogassa a háborús erőfeszítéseket. A lapok hallgattak a botrányos indiai ügyekről, hogy ne írjanak olyan információt, ami feltevésük szerint az ellenséget segítheti. Ez elsősorban azt jelzi, hogy a háború alapvetően kikapcsolja a békeidőkre kialakított erkölcsi keretet, minthogy a közösség túlélése érdekében a hagyományos értékkészlet felülvizsgálható, a morális lécek feljebb kerülhetnek. Ám jól mutatja azt is, mi történik, ha a demokratikus nyilvánosság nem végzi el a feladatát. Azzal, hogy a brit tulaj-

donú sajtó hallgatott, érdemi közéleti vita nem alakulhatott ki, mivel a hatalom értelemszerűen elhallgatni akarta a bajokat. Csakhogy mivel nem volt vita az ügyről, a kontroll hiányában a kormányzati intézkedések is inkább csak rontottak a helyzeten. Például korlátozták a rizs kereskedelmét annak érdekében, hogy ne hordhassák más államokba az élelmiszert, ám az érintett területen magasabbak voltak az élelmiszer-árak, mint máshol, így az intézkedéssel valójában drágították az ételhez jutást. Ezen kívül az adatok azt mutatták a politikai vezetőknek, hogy nem csökkent a termelés a régióban, ami megnyugtató volt nekik, csakhogy nem gondoltak arra, hogy ugyanannyi élelemre több ember jutott, mert sok katona tartózkodott ott. Hiába nem csökkent a helyiek jövedelme sem, ha az infláció miatt ugyanannyi pénz kevesebbre volt elég. A cenzúrázott sajtó egyszerűen nem tudott beszámolni a problémákról, így a krízis mélyült.

A másik esetben még Mao Ce-tung is arra jutott a több tízmillió ember halálát követelő nagy kínai éhínség után, hogy demokrácia nélkül nem lehet tudni, mi történik „odalent", ezért pusztultak el annyian. A totális cenzúra, az információhiány itt is félrevezette magát a kormányt is. Az elnyomás miatt rettegő, félelemben élő pártkáderek nem a valóságról számoltak be feletteseiknek, a centrumnak, a sajtó nem volt szabad, így a hatalom nem volt annak a tudásnak a birtokában, amelyre támaszkodva jó döntést hozhatott volna: az elnyomással a kormány saját magát fosztotta meg a kormányzás képességétől, a közös gondolkodás lehetőségétől.

Sen *Az igazságosság eszméje* című kötetében rögzíti, hogy a demokráciára leginkább úgy érdemes tekinteni, mint vita útján történő kormányzásra, ami közös gondolkodást feltételez. Utóbbi előmozdításának kulcseleme a szabad és független sajtó megléte. Ennek oka, hogy a szólás- és sajtószabadság közvetlenül hozzájárul az életminőségünkhöz, mivel lehetőséget ad arra, hogy jobban érthessük a világot, amelyben élünk. A szabad média hiánya csökkenti a lehetőségét annak is, hogy az emberek kommunikáljanak egymással, tudjanak egymásról és a másik világáról. Ugyancsak fontos az információs szerepe, ahogyan az imént idézett példákból kiderül. Sen kiemeli a média védelmező funkcióját is: képes megszólalási lehetőséget adni rossz helyzetben lévőknek, akiknek erre egyébként nem lenne lehetőségük, azaz nem lenne ehhez elegendő tőkéjük. Nem mellékes az sem, hogy az értékek formálódásához is hozzájárul, mivel érvelni kell az álláspontok mellett, azaz nyílt kommunikációval kell igazolnia például a politikusoknak, hogy mit, miért, milyen értékek mentén tesznek. És mindezekkel együtt értelemszerűen – a seni érvelésben – az igazságosság előmozdításában is szerepe van a sajtónak, hiszen képes a közös gondolkodást elősegíteni, ügyeket, így igazságtalanságokat problematizálni, aminek a következménye a vita és a cselekvés lehet.

Orbán azonban azoknak a politikusoknak az egyike, aki nem ismeri el e funkcióját a médiának, sokkal inkább alternatív hatalomként tekint rá, amely demokratikus felhatalmazás nélkül igyekszik érvényesíteni elveket és eszméket a politikai térben.

A magyar miniszterelnök politikai gondolkodásának alapja a politikai mozgástér: több cselekvési opciónak, azaz a választás lehetőségének megteremtése, s fönntartása. Orbán 2002-ben úgy szenvedett vereséget a választáson, hogy biztos volt kormánya jó teljesítményében. A kudarc után arra a következtetésre juthatott, amely a Kövér Lászlóhoz kötött mondással foglalható össze a legpontosabban: kormányon, nem pedig hatalmon voltak. Azaz valójában nem kormányozhatott politikai képzeletének megfelelően, mert túlságosan sok szorítás között kellett mozognia. A posztkommunista mélyállam meghatározta a titkosszolgálatok működését éppen úgy, mint a közigazgatást, a liberális kulturális elit befolyása a legszélesebb értelemben vett kultúra, így a mainstream média érték- és foga-

lomkészletét is, a pénzügyi szektor kulcspozícióiban pedig a neoliberális technokraták ültek. Nem szólva arról, hogy az aktuális oligarchák gazdasági ereje egyszerűen meghaladta az államigazgatás és a törvényhozás befolyási képességeit. A sort lehetne folytatni, ám ennyiből is nyilvánvaló: sok esetben ítélhette úgy, egyirányú utcában mozog, valójában választási lehetősége sincs az egyes döntési helyzetekben, kényszereket kell követnie. A vereség egyik okát így értelemszerűen e sokszor függetlennek hirdetett, érzete szerint egyértelműen politikai ellenfeleinek szövetségeseként működő struktúrák hatalmában látta.

A 2010-es választáson azonban kétharmados, alkotmányozó többséget szerzett, így rohamtempóban neki is fogott, hogy megteremtse azt a politikai keretrendszert, amely lehetővé teszi, hogy politikai képzeletét megvalósítsa. A folyamat megértéséhez érdemes kísérletet tenni Orbán politikafelfogásának megértésére.

Korábbi kormányzati tapasztalatai tehát azt jelezték, hogy a kulturális és pénzügyi hatalmak súlyosan korlátozzák politikai cselekvőképességét, elgondolhatatlanná teszik az alternatívát, miközben e szereplőknek nincs a választóktól származó demokratikus felhatalmzásuk arra, hogy akaratukat, eszméiket érvényesítsék. Éppen ezért politikai logikája sokkal erősebben ment afelé, hogy az összes alrendszert a politika alá kell rendelni, hiszen csak és kizárólag a politikusoknak van demokratikus legitimációjuk politikai akaratuk végrehajtásához. Ezért is képes demokratikus alapon érvelni tettei mellett, mert valóban az a hite, hogy kizárólag a kormányzó szuverénnek van néptől származó fölhatalmazása a politikai cselekvésre. Ebből a nézőpontból valójában antidemokratikus minden olyan hatalmi, azaz az ő logikájában lényegében minden politikai cselekvés, érdekérvényesítési, értékformálási törekvés, amely e legitimáció nélkül próbálja érvényesíteni akaratát. (Érvelésének erős korlátja, hogy ez alapján persze nem létezhetne szakszervezet, lokális ellenállás, sztrájk, tüntetés, hiszen minden ilyen érdekérvényesítő mozgalom vagy csoport szükségszerűen kisebb demokratikus felhatalmazást tudhat magáénak tiltakozása pillanatában, mint a demokratikusan megválasztott kormány vagy önkormányzat, miközben a demokratikus felhatalmazás önmagában semmit nem mond el a cselekvés morális tartalmáról, azaz az igazságról, miképpen e felfogás egyszerűen tagadja a választásokon, népszavazásokon kívüli politikai részvétel és véleménynyilvánítás érdemi lehetőségét, valamint a demokratikus akarat spontán megjelenését, esetleges változását is.) Ennek a gondolkodásnak az eszmetörténeti alapjai sokfelé visszavezethetők, de a Fidesz támogatói és kritikusai által is sűrűn idézett teória Carl Schmitté. A német politikai gondolkodó – egészen leegyszerűsítő értelmezésben – azt állította, a specifikus politikai különbségtétel leginkább a barát–ellenség megkülönböztetés. Az ezen az alapvetésen építkező gondolkodás tehát szükségszerűen jut arra, hogy a tág értelemben vett politikai mezőben nincsenek semleges szereplők. A politika e totális értelmezése alapján minden hatalmi struktúra, egyáltalán, elitcsoport szükségszerűen valamilyen politika támogatója vagy ellensége, elvégre valamilyen értékkészlet vagy struktúra támogatója vagy ellenlábasa. Ebben a szövegben ez csak annyiban fontos, amennyiben érthetővé teszi Orbán médiagondolkodását.

Ebből ugyanis az következik, hogy független média márpedig nincs. Azaz például a Sen elméleteiben megmutatkozó, idealizmusban gyökerező, így a már e szövegben is emlegetett reáliák által kevéssé árnyalt szerepe a szabad sajtónak az igazságtalanságok feltárásában, a modern tömegtársadalmakban hang nélkül maradtak gondjainak megmutatásában egyszerűen nem létezik. Elvégre ha a demokratikusan választott hatalom regnálása idején számára kellemetlen ügyeket, témákat tárnak fel, problematizálnak, akkor szükségszerűen ellenzéki tevékenységet végeznek, azaz a barátok és az ellenségek közül az utóbbiak közé tartoznak.

Nem érdektelen megemlíteni, hogy az e gondolatokból kibontakozó felfogás még nem ilyen kiérlelt formában, de már nagyon régen jelen van Orbán Viktor gondolkodásában. Ezt onnan tudjuk, hogy már a 2002-es választási veresége utáni nyáron felvetette, hogy két közszolgálati televíziót kellene létrehozni: az egyiket a kormány, a másikat ellenzék irányíthatná. Azaz Orbán már első hatalomvesztése után arra jutott, nem létezik, hogy a közszolgálati média pártatlanul, szerkesztőségen kívüli akaratoktól függetlenül dolgozik. Ezt az ideát eleve olyan utópisztikusnak tartotta, hogy nem is ennek megteremtését irányozta elő, akkor már ellenzéki politikusként, hanem azt, hogy minden nagyobb politikai erő érvényesíthesse akaratát a médiában, azaz kapjon pártnyilvánosságot. (Medgyessy Péter akkori miniszterelnök egyébiránt azt felelte, akinek saját tévé kell, vegyen magának. Orbánék pontosan ezt tették, létrehozták a *Hír TV*-t, amely aztán története nagyobb részében segítette is a Fidesz aktuális politikai céljainak elérését.)

Ma úgy látom, Orbán gondolkodásának alapja egy valójában nagyon is létező politikai-eszmei dilemma. Merthogy a független média eszméje tényleg egy mélyen politikai konstrukció: ahhoz a demokráciafelfogáshoz illeszkedik, amely uralkodó volt abban az időszakban, amikor Fukuyama már a liberális demokráciák végső sikeréről írt. Sen is éppen a liberális demokráciák jobb gazdasági teljesítményét, az igazságtalanságok mértékének csökkentését köti össze a szabad nyilvánossággal, a független médiával, az információk szabad áramlásával. Ennek alapján világos, hogy a liberális – vagy legalábbis működő – demokráciákat tartja a legjobb teljesítményre képes politikai modelleknek, amelyben kulcsszerepe van a szabad médiának.

E demokráciaértelmezésnek nem is volt kihívója a fejlett országokban, pláne az uniós országok között, minek nyomán sikerült is magát normatívként bemutatni, azaz az alternatíva elképzelését lehetetlenné tenni. És e ponton érdemes összeolvasni a kortárs rendszerkritikai baloldal és az új jobboldali

populizmus meghatározó szövegeit, merthogy jelentős átfedések láthatók a bírálatok logikájában. Amikor a rendszerkritikai baloldalon szép karriert fut be a mondás arról, hogy könnyebb elképzelni a világ, mint a kapitalizmus végét, akkor valójában a kortárs kapitalista struktúrák meghatározottságában működő liberális demokráciákra is érvényesíthető tétele. A demokratikus intézményrendszerek fölépítése, a jogállam-fogalmak, normatívvá váltak, azaz kihívás nélkül maradtak. Amikor Orbánék a kortárs független média működését kritizálják, akkor valójában azt állítják, hogy a független média egyszerűen szemben áll a politikaértelmezésükkel. Minden olyan kulturális keret, normarendszer, amelyet működésével képvisel, ellentéte annak a politika- és demokráciafelfogásnak, amelyben Orbán hisz. Ha pedig így van, akkor a schmitti logika alapján elhelyezhető a barát–ellenség mezőben, így politikai ellenféllé válik, aminek nyomán éppen azzal a politikai logikával és eszközrendszerrel támadható, amivel például a kormány politikai ellenzéke.

A vita azért kerül végül a demokrácia–diktatúra keretbe, mert a liberális demokrácia eszköz- és normarendszeréből nézve e felfogás (és pláne az alkalmazott módszerek) kívül esnek a demokratikus kereteken. Közben a másik oldalról nézve a liberális demokrácia olyan szűkített demokráciafelfogás, amelyet a többszörösen demokratikus legitimációt nyert oldal nem akar elfogadni, azaz értelmezésében nem demokrácia–diktatúra vita zajlik, hanem vita arról, milyen is a demokrácia. Csöndben megjegyzem, hogy a demokrácia–diktatúra vita valójában tökéletesen üres Magyarországon akkor, amikor Orbán Viktor csak olyan választáson győzött kétharmaddal, amelyen a politikai ellenzék részt vett. Ezzel ugyanis legitimálta, majd egyetlen alkalommal sem kérdőjelezte meg a választás minimális tisztaságát, azaz legálisnak tekintette, még ha – sok probléma miatt – fairnek nem is. Arról nem szólva, hogy az Európai Unió, azaz a világ vezető demok-

ráciáinak szövetsége mindvégig tagként számított Magyarországra, így pedig nehéz lenne kabarétréfamentesen azt állítani, hogy a nemzetközi partnerek diktatúrának tartanák a rendszert. Márpedig ha mindez így van, akkor a politikai valóság arra mutat, hogy demokrácia-értelmezések között zajlik a háború.

Fontos megjegyezni, hogy e viták a politikatudományban is jelen voltak. Körösényi András például fel is hívta a figyelmet arra, hogy a rendszerleírások többsége a liberális demokráciák tökéletes modellje felől nézve igyekszik értelmezni az Orbán-rezsimet. Abból az értelmezési mezőből kilépve azonban születhetnek másféle leírások. A politikatudós például Max Weber nyomán karizmatikus uralomként, vezérdemokráciaként írja le a rezsimet. Ebben a konstrukcióban az intézmények és a jogrend kevéssé korlátja a felhatalmazást magáénak tudó vezetőnek, sőt, utóbbi formálja az előbbieket. Perszonalizált politikáról beszél, amelynek alakítása során a politikai folyamat top–down jellegű, azaz a vezető felülről és érdemben él a választók (köz)politikai preferenciájának alakításával. A cselekvő pozícióját magának abszolutizálja, szándékait lényegében csak jóváhagyják a választók. Mint arra Körösényi is utal, ez valóban a demokráciának egyfajta minimalista felfogása, noha Orbán olyan intézmény(szerűségekkel), mint például az állandó nemzeti konzultáció, további alternatív, szerény demokratikus tartalommal megtöltött legitimációs mintázatokra is támaszkodik.

Az orbáni médiagondolkodásban tehát a független média minimum a soft power eszköze. Azaz olyan puha hatalmi tényező, amely még ha nem is konkrét pártpolitikai célokat, de mindenképpen értékeket közvetít, kulturális hatalmat gyakorol. E tekintetben azonban aligha különbözhet például a multinacionális vállalatoktól (lásd a szivárványos hirdetéseket a futball Eb meccsein), a hollywoodi vagy éppen a kínai filmektől, a színháztól, egyáltalán bármilyen művészettől vagy a sporttól.

Ezek mindegyike közvetít valamilyen értékrendet, minthogy nincsenek objektív történetek, nagy elbeszélések. Minden ilyen valóságosság, emlékezet vagy fikció hordoz értékeket. Ezek általában nem konkrét pártpolitikai, Soros Györgytől vagy Vlagyimir Putyintól származó utasítások vagy szövegek, hanem hitek, meggyőződések, világlátások, amelyek képesek elfogadásról, demokratikus vagy autokratikus gondolatról, szabad és kevésbé szabad világról mesélni.

A média pedig azért emelkedik ki a politika számára e szereplők közül, mert napi szinten közvetíti üzeneteiket. Azaz a politikai küzdelemben, amely elsősorban diszkurzív háború, kulcskérdés, hogy kinek a nyelvén zajlik a meccs. Azaz ki képes megnevezni az ellenfelet, a problémát. Aki ugyanis erre képes, az máris uralja a témát, s ennek köszönhetően az emberek gondolkodását is, hiszen az általa teremtett kódokkal beszélnek, vitatkoznak, érvelnek a továbbiakban. A nyelv közvetítésében pedig nyilván elsődleges aktor a média, ezért tekintik Orbánék a fő harcterepek egyikének.

Ugyanakkor tévedés, hogy Orbánék találták ki a nyelvnek, a közveítői funkciónak e kiemelt, politikus szerepét. A Gyurcsány Ferenchez köthető *Demos Magyarország* könyvsorozatában a Napvilág Kiadó már 2006-ban kiadta George Lakoff *Ne gondolj az elefántra!* című könyvét. Az amerikai nyelvész a keretezés kitüntetett jelentőségéről írt, amit azzal tett érthetővé, hogy tudatta, nem szeretné, ha a nagy, szürke állatra gondolnánk. Lakoff szerint a keretek olyan mentális struktúrák, amelyeket a fogalmak hívnak elő bennünk. Ha például az elefántról beszélünk, akkor nagy, szürke, ormányos állatra gondolunk. Politikai értelemben a keretezés tehát egy szónak a megjelölése, és hozzá kapcsolódó keretek kialakítása, amely eldöntheti, hogy a választópolgárok fejében milyen tudások jelennek meg, ha hallanak az adott témáról. A Fidesz iskolapéldáját mutatta az ügynek, amikor a bevándorlás-témakört megnevezte problémának, a migráns szót használta az érkezőkre,

majd olyan képi, nyelvi kereteket alakított ki, amelyek tömegekben érkező színes bőrű férfiakat juttattak eszünkbe, akik nem beszélik a nyelvünket, nem tisztelik a hagyományainkat, el akarják venni a munkánkat, végső soron a hazánkat. Lakoff arra jutott, hogy a keretezés meghatározhatja, miként gondolkodik a társadalom egy témáról. Hogy Gyurcsány menynyire tisztában volt a keretezés jelentőségével, azt jelzi, hogy az őszödi beszéd ritkábban idézett részében kitér arra is, hogy fontos lenne fölkészíteni a legbefolyásosabb lapok vezetőit, vezető publicistáit, mire számítsanak. Azaz igyekezett kedvezőbb keretet teremteni a majdani politikai lépéseknek, és ebben kulcsterületként tekintett a médiára. Nyilván úgy vélte, a befolyásos lapok interpretációja meghatározhatja a politikai veszteség mértékét. Azaz már másfél évtizede is e logika alapján működött a politika. Az újdonságot Orbánék nem a felismeréssel, hanem az eszközrendszerrel hozták el.

Ezek ismeretében semmi meglepő nincs abban sem, hogy Békés Márton azt írja a *Kulturális hadviselés* című, a Fidesz politikai logikájának, széles értelemben vett kulturális működésének ideológiai alapjait rendkívül hozzáférhetően elbeszélő és olvasói számára továbbgondolható könyvében, hogy e diszkurzív küzdelem a tartós politikai siker kulcsa. Éppen ezért rögzíti, hogy a kultúra készíti elő a politikai változásokat vagy tartja meg a korszakokat. Azaz ha az (olvasott) irodalom vagy a (nézett) film által a tömegnek közvetített értékek megfeleltethetők a hatalom által képviselt értékeknek, a hatalomnak jobbak az esélyei a fennmaradásra, mintha a tömegkultúra értékrendszere radikálisan különbözne az övétől. A tömegkultúra által közvetített értékrend nyilvánvalóan annak a politikai aktornak kedvez, aki képes politikai nyelven megfogalmazni azokat az eszméket, amelyeknek megágyazott a kultúra. Békés összességében amellett érvel, hogy a kultúra hegemóniát gyakorol az egész életre: minden az emberi képzeletben kezdődik, a gondolkodásban folytatódik, és a nyelv használatával, áthagyományozott közös szabályok mentén, a legkülönfélébb intézményeken keresztül valósul meg. Idézi a Malcolm X-hez kötött mondást, amely szerint csak az ostoba hagyja, hogy ellenségei tanítsák a gyermekét.

Az pedig nyilvánvaló, hogy a tömegmédiának valóban jelentős véleményformáló, edukatív és nyelvalakító szerepe van. Ha pedig egy politikafelfogás alapján nem létezik olyan aktor, amely kívül esik a konkrét pártpolitikai szereplők képviselte világon, akkor logikailag érthető, Orbán miért úgy kezeli a tőle független médiát, ahogyan.

És mivel politikafölfogása nem frissen jelent meg, a 2010-es orbáni hatalomátvétel idejére készen is állt a koncepció arról, milyen irányba változtatják meg a médiarendszert. Először is az állami médiából kreáltak brutális propagandagépezetet, amely tökéletesen megfelelt az orbáni elképzelésnek. Minden pillanatában a hatalom érdekeit szolgálta, a párt aktuális narratíváját hirdette. Szélsőséges eset volt, hogy Papp Dániel, aki később az MTVA vezérigazgatója lett, konkrét hírhamisításig ment. Egyszerűen beszüntettek az állami médiában minden olyan protokollt, gyakorlatot, amely a közszolgálatiság hagyományos eszméjén nyugodott: fideszes politikusoknak érdemi kérdésekkel nem kell szembenézniük, a párthoz kötődő legnagyobb botrányokat elhallgatják, miközben közvetítik a kormány üzeneteit, ellenzéki politikus és vélemény pedig a legritkább esetben tűnik fel a képernyőn, ha mégis, általában a fideszes narratívába ágyazva. A működés nagyon hasonlít a pártállami időkben megszokottakhoz, ami annyiban nem véletlen, hogy a kommunista diktúra, miként minden nem demokratikus hatalom, úgy tekint a médiára, mint hatalomgyakorlási eszközre.

Egyébiránt a fideszes érvelés szerint a közszolgálati média komplett története során elfogult volt, ám nehéz olyan tartalomelemzést előállítani, amely ne mutatná ki a jelentős változást a 2010 előtti és a 2010 utáni korszak között. Elég csak arra gondolni, hogy a Gyurcsány Ferenc kormányzását meg-

rengető őszödi beszédet elsőként a közszolgálati rádió adta le. El tudná képzelni ma bárki, hogy az állami média bármit lead, ami érdemben árthat a Fidesznek, nemhogy elsőként egy esetleges őszödi beszédet?

Ebben a gondolkodási keretben tehát a média feladata a fideszes politika céljainak ismertetése, eredményeinek hangsúlyozása, a párt narratívájának közvetítése, kulturális hátterének bemutatása. Ennek szellemében működik a párt által közvetve vagy közvetlenül finanszírozott médiumok többsége. Ami pedig másként, azzal olykor leszámolnak. Ebben a korszakban a magyar nyilvánosság csúcsintézményei közül sikerült Fidesz-közelbe tenni a sokáig piacvezető *Origót*, amelynek egy cenzuriális kísérlettel verték szét a szerkesztőségét. Sikerült bezárni a *Népszabadságot*, amelyet egy elítélt osztrák bűnöző, Heinrich Pecina együttműködésével dózeroltak le, hogy aztán az úgynevezett üzletember Mészáros Lőrinc érdekeltségébe irányítsa a céget és vele együtt a megyei lapokat. Majd úgy alakult, hogy az *Index* komplett szerkesztősége felállt, és elhagyta munkahelyét, miután kirúgták Dull Szabolcs főszerkesztőt. Ezen kívül tényleg a leginkább az orosz információs háborúból ismert eszközök is előtérbe kerültek. A leleplező cikkeket publikáló újságírókat olykor személyükben támadja a propagandagépezet, miközben magukról az ügyekről nem számol be. Újságírókat zaklatnak a kormány által közvetve vagy közvetlenül finanszírozott média munkatársai otthonukban, azaz korábban idehaza nem ismert pszichológiai nyomást helyeznek a médiamunkásokra.

Méghozzá azért, mert a politikai háborúban elsőrendű cél a kockázat csökkentése. A tények feltárásáért dolgozó média pedig rizikót jelent, amennyiben publikálhat olyan ügyekről, amelyek árthatnak a hatalomnak, szélsőséges esetben uralmának biztonságát számolhatják fel. Minthogy ez ebben a gondolkodásban ellenséges operáció, így megengedettek a háborús eszközök.

Mert a háború egyébként is fontos fogalom ebben a médiagondolkodásban. Ahogyan Albert Camus *A pestis*ben írja, mindig eljön a történelemben a pillanat, amikor halálbüntetéssel sújtják azt, aki ki meri mondani, hogy a kétszer kettő négy. Ezzel a szerző azt üzeni: szélsőséges időszakban föl lehet függeszteni a hagyományos normákat, miként az igazságot is, ha el tudjuk hitetni, hogy az igazság ártana győzelmi esélyeinknek. A háború legfontosabb jegye tehát az, hogy legitimmé teszi a békeidőben nem elfogadott, erkölcstelennek ítélt eszközök alkalmazását. Minthogy a Fidesz következetesen média- és kulturális háborúban áll, ezért akceptálhatók a közösség számára olyan lépések, amelyek nyugalmi időkben esetleg nem lennének azok. Ha a nemzet jövője a tét, amelyet mi menthetünk meg, és ők, az ellenség veszélyeztetnek, akkor valójában nemhogy merényletnek tűnnek a magyarázhatatlan akciók újságok ellen, de egyenesen szükségszerűnek is kinézhetnek.

Orbán médiagondolkodása jól mutatja azt is, menynyire könnyen kijátszhatónak és üresnek tartja a hagyományos demokráciamodelleket. Hiszen a komplett médiarendszert úgy szabta át, hogy pártja formailag valójában nem interveniált. Egész egyszerűen nincs élesebb karikatúrája az uniós országok demokratikus tehetetlenségének és formaimádatának, mint a magyar médiarendszer. Orbán ugyanis mindvégig látszatra demokratikus, piaci megoldásokat alkalmazott a gyarmatosításhoz. Az *Origo* roncsolását még egy német multi tulajdonlása idején hajtották végre, kihasználva, hogy a profit erősebb az értéknél, a *Népszabadságot* egy osztrák üzletember zárta be, az *Index*nél egy ellenzéki sajtójogászként ismert vállalatvezető rúgta ki a főszerkesztőt, a soha nem látott méretű brutális kormánypárti médiaalapítvány úgy jött létre, hogy üzletemberek felajánlották magánvagyonuk egy részét egy frissen alakult nonprofit szervezetnek, hogy ezzel segítsék a nemzeti értékek és hagyományok megőrzését, az állami médiát

pedig úgymond független testületek felügyelik, nincs látható nyoma a kormányzati kézivezérlésnek.

Ennek fényében nagyon is érthető, hogy Orbán, ha kérdezik, azt mondja, a sajtó szabad. Itt persze a már idézett demokrácia- és sajtószabadság-vitába is belebotlunk. Ami biztos: egyszerűen nem igazak azok a vádak, amelyek szerint Magyarországon ne lenne sajtószabadság, diktatórikus viszonyok uralkodnának. Idehaza az újságíróknak nem kell például fizikai fenyegetéssel találkozniuk, nem állnak fekete autók a szerkesztőségek előtt. Lehet függetlenül, piaci alapon, akár nyereségesen is médiát működtetni. Azt mondunk, írunk, amit szeretnénk, semmilyen redakción kívüli akarat nem befolyásolja a munkánkat.

Miközben a másik oldalról meg – ismételve magamat – azt látjuk, hogy a piacot torzítják az iszonyú állami pénzek, amelyek az olvasottságtól függetlenül ömlenek a kormányhoz közel álló médiacégekbe és termékekbe. Voltak kollégák, akik a propaganda munkatársainak céltábláivá váltak, lejárató kísérletek alanyai lettek. Az információhoz való hozzáférés irtózatosan nehezedett, az állami szervek nem válaszolnak kérdésekre, a kommunikációért felelős miniszter például évekig nem tartott sajtótájékoztatót. És nem utolsósorban komplett szerkesztőségeket számoltak fel.

Mindez egyúttal azt is jelenti, hogy Orbán Viktor médiagondolkodása valójában tökéletes szövetségest talált a liberális demokráciának köszönhetően kialakult környezetben, valamint a technológiai vállalatokban. Hiszen a független sajtó így könyörtelen nyomás alá került minden oldalról: a technológiai vállalatok jelentette korszakos globális kihívást Orbán súlyosbította a helyi nyilvánosságban, amennyire tehette. De e nyomások közül, hatását tekintve, ő volt a kisebb, a Mark Zuckerbergek a nagyobbak.

4. FÜGGETLENSÉG, ÜZLET, ÚJSÁGÍRÁS A KORTÁRS NYILVÁNOSSÁGBAN

4.1. De létezik egyáltalán olyan, hogy független sajtó?

Az orbáni politikafelfogásból, így médiagondolkodásból az következik tehát, hogy nem létezik független-objektív sajtó. A kormány által közvetve vagy közvetlenül finanszírozott média, miként a pártkommunikáció is jelentős erőket fektet abba, hogy rögzítse e tételt. Ennek a politikai szándéknak a politikai logikájáról az előző fejezetben írtunk, azaz van egy legitim, érvelhető vitaalap. Ám a hangadók természetesen nem állnak meg itt, hanem rendszeresen azt állítják, nem csupán azért nem független a független sajtó, mert a liberális demokrácia nyilvánosság-hagyományának érték- és normakészletét használja és ebből az elgondolásból fakadó kritikai funkcióját képviseli, hanem mert valamely politikai szereplő aktuális érdekeinek megfelelően jár el. A magyar politikai kommunikáció utóbbi éveiben a globalista elit, Soros György és Gyurcsány Ferenc a legtöbbször megnevezett utasítók.

És talán nem meglepő módon ebben az ügyben is van alapja az ellentörténetnek. Merthogy valóban olyan fogalomértelmezések terjednek még akár a mai napig a mainstream médiában, amelyek egyszerűen nem tudnak igazak lenni. Ez igaz a függetlenség és az objektivitás fogalmára egyaránt. Amikor a nagy lapok, tévék objektívnek mondják magukat, akkor saját értékkészületüket normatívként mutatják be, mintha egyetlen olvasata lenne a világnak.

„Sok ember úgy gondol az objektvititásra mint célra, nem pedig úgy mint eszközre" – írja *Unfreedom of the Press* című

könyve elején Mark R. Levin. Az amerikai sztárszerző kötete a kortárs nyilvánosság, főként napjaink újságírásának fontos dilemmáit veti fel. Levin már Ronald Reagan stábjában is dolgozott, számos sikerkönyv szerzője, politikai műsort vezet a Donald Trump korábbi amerikai elnök támogatójaként ismert *Fox News* csatornán, volt a *Conservative Review* című folyóirat főszerkesztője, azaz a konzervatív gondolat ismert képviselőinek egyike. Ennek fényében nem meglepő, ha rengeteg energiát fektetett a könyvében arra, hogy a demokraták elszánt támogatójának politikai pozíciójába helyezze a sajtót a *New York Times*-tól a *CNN*-ig. Érvelése éppen ebben inog, miközben eredeti és a kortárs nyilvánosság problémáit lényeglátóan kiemelő, bíráló gondolatai az újságírás egészének nagy dilemmáira érvényesek. Vegyük először az objektivitás ügyét.

Ahogyan említettem, a világ több országához hasonlóan a pártos, piactól távoli, koszos, azaz politikai pénzből eltartott média idehaza is sok erőfeszítéssel igyekszik hitelteleníteni az úgynevezett objektív médiát. Ezt azért teheti, mert sokan – ahogyan arra Levin is felhívja a figyelmet – valóban eltévedtek a fogalmak tengerében, így az objektivitás fogalma újraértelmeződött: mintha cél, nem pedig eszköz lenne. Márpedig ebben az értelemben az objektív újságírás nem csak halott, de nem is élt sohasem. Elvégre nem létezik emberi döntések nélkül készülő médiatermék. Amikor a fotós fényképezőgépet vesz a kezébe, egyéni látásmódja, elvégzett iskolái, újsága képi világa, munkahelyi vezetőjének ízlése is szerepet játszik abban, hogyan komponálja meg a képet. Ha léteznének objektív mércéi a jó képnek, nem zsűrik határoznának a szakma legfontosabb díjairól, hiszen pontosan mérhetők lennének a teljesítmények. Egy riport megírásakor az újságíró a hatást keresi, a megismert esemény, történet dramatikus vagy tréfás, érzelemgazdag vagy egyedi feldolgozása a célja, ennek érdekében szelektál az elmondottak között, választ első és utolsó mondatot, készíti el a hite szerint legjobb minőségű szöveget. Egy címlapra sem véletlenül kerülnek cikkek, objektív mércék viszont nem meghatározhatók. Melyik a nagyobb sztori? Melyik érint több embert? Melyik váltja ki a legnagyobb hatást? Melyik cikk a fontosabb az olvasóknak, melyik érdekelheti őket jobban, melyik illeszkedik inkább a lap identitásához? Ha például a halottak száma objektív mérce lenne, vannak időszakok, amikor a napi iraki vagy szíriai hírösszefoglaló leszorította volna Magyarországon a címlapokról a Charlie Hebdo elleni terrortámadást, elvégre a terrorakció nyomán „csupán” tizenketten haltak meg. De ez nyilván nem történhet meg, mert valójában ezernyi változó játszik szerepet a döntésekben: az újság identitása, a földrajzi közelség, a közélet, a fogyasztók olvasottsági mutatókban látható érdeklődése, a szerkesztőség norma- és értékrendszere, a piaci verseny nyomán nyilvánvalóan a marketinglogika, azaz az eladhatóság, és a sor folytatható. Még egy mínuszos hír címválasztása is kérdéseket vet fel, hiszen az adott szerkesztőség valamilyen logika alapján dönt arról, hogy mi áll a kiemelt sorban, milyen részlettel kívánja felhívni a figyelmet a szövegre, hová teszi a hangsúlyt. Aki a sajtóban éli az életét, százezernyi hasonló dilemmát fel tudna sorolni, éppen ezért fontos, amit Levin előirányoz, hogy az objektivitás fogalmát a helyére tegyük. Az objektivitás ugyanis ideális esetben azt jelenti: azonos normák és szabályok vonatkoznak mindenkor mindenkire, minek nyomán piaci, politikai pozíciók nem befolyásolják az újság eljárását a cikk elkészítésekor.

Ez máris mutatja, miért lesz még inkább szembetűnő a magyar kormánypárti média propagandaszekciójának újságírás-tagadása, ha a *Fox News* sztárjának fogalomkészletét használjuk. Elég csak megnézni, hogy az úgynevezett ténycikkeknél megkérdik-e az érintettet, amikor dokumentum nélkül vagy csak bemondásra támaszkodva állítanak valamit. Egyáltalán: a kormánypárt esetében is érvényesítik-e bármilyen módon az ellenzéknél használt eszközeiket? Elképzelhető, hogy beszámolnak a Fidesz korrupciós ügyeiről? Ha meg is jelenénnek

az Elios-, a Simonka- vagy a Boldog-botrány részletei, elképzelhető-e, hogy azzal a nyelvi készlettel és véleménytartalommal dolgoznák fel az ügyeket, mint az ellenzék skandallumait? Vagy a már idézett példa: elképzelhető, hogy egy kormánypárti őszödi beszédet az állami média ad le, miután megérkezik a felvétel a szerkesztőségbe?

A költői kérdések után ugyanakkor itt marad az állításom, amely szerint az alapvető probléma persze az, hogy sohasem létezett az objektív újságírás. Ami ugyanis az újságírás alapját jelenti, az valójában az objektív eszközök alkalmazása, a fair eljárás. És ennek kell összekapcsolódnia a sokszor kinevetett függetlenséggel, amelyet a pártmédiák szintén igyekeznek új tartalommal megtölteni, mintha az értékektől, normáktól, eszméktől való függetlenséget jelölne. Ám ez pártoktól, gazdasági hatalmaktól való függetlenséget jelent, vagyis azt: a szerkesztőség saját normakészlete és értékrendje alapján határoz, miközben döntései során sem pártok politikai, sem vállalatok gazdasági érdekeit nem szolgálja. Azaz szerkesztőségen kívüli akaratok nem befolyásolják a tartalomkészítést.

Ugyanakkor a Levin könyvéből fakadó legfontosabb következtetés, hogy lehetetlen megelégedni azzal, hogy objektív eszközökkel fair és független újságírásra törekszünk. Méghozzá azért, mert a hibák sorozata még ebben a keretrendszerben, világos morális alapokon működve is elkerülhetetlen. A standardok mellett is léteznek olyan erős közösségi hitek, meggyőződések, vezetői akaratok, súlyos egyéni normaszegések, felfoghatatlan vakságok, amelyek elgondolhatatlan tévedésekhez, szélsőséges és ritka esetben egyenesen társadalmi károkhoz vezetnek. Levin példái ebben az ügyben, noha állítása fényében ironikusan egyoldalúak, legalább annyira fontosak. Emlegeti a *The New York Times* holokausztról szóló beszámolóit, miként a lap cikkeit Sztálin legmocskosabb akcióinak egyikéről, Ukrajna kiéheztetéséről, amibe milliók haltak bele. Malcolm Muggeridge a *The Manchester Guardian*ben (ez a ma *The Guardian* címen ismert

világlap) már 1933-ban helyszíni riportot közölt az emberpusztító merényletről: arról írt, hogy a helyieknek hetekig nincs mit enniük. A kötet szerint hasonló hangvételű dolgozatok jelentek meg a *Le Figaró*ban vagy éppen a *Neue Zürcher Zeitung*ban is. Ugyanakkor Walter Duranty, a *The New York Times* moszkvai tudósítója megkérdőjelezte a helyzet súlyosságát. Volt, hogy így összegzett: az oroszok éhesek, de nem éheznek. Ha ez nem lenne elég, később hiteltelenízeni próbálta a Muggeridge-t követő *Guardian*-hírlapíró, Gareth Jones állításait, leszögezve: a tudósítók missziója az, hogy a nagy képet mutassák meg, nem pedig az, hogy a részletekkel bajlódjanak. A történelem ebben az ügyben meglehetősen radikális választ adott arra a kérdésre, melyikük értékelte pontosabban a helyzetet, amennyiben legalább három millió ember halt éhen.

Levin példái leginkább arra szolgálnak, hogy a *New York Times* hitelességét megkérdőjelezzék, ám felvetésében számunkra érdekesebb, hogy képes-e a szerkesztőség reagálni saját tévedésére, a példa szerint egyenesen bűnére.

Ami biztos: az újságírás alapja a bizalom. Azaz a médiumok arra építik márkájukat, hogy megbízhatnak bennük olvasóik, a fogyasztott tartalom pontos, hiteles, kiállja az igazság próbáját. Ez nyilvánvalóan azért fontos, mert a fogyasztónak nincs lehetősége, ideje, eszköze utánamenni az egyes információknak, ezért számára kulcskérdés, hogy a közéleti vitában, információszerzésben kire támaszkodik. Az idézett esetben nyilvánvaló, hogy a lap – szintén bizalmon alapuló – minőségbiztosítási rendszere csődöt mondott. Egyszerűen túl sokáig bíztak meg kollégájukban, túl sokáig nem ismerték fel vakságát, szovjetszimpátiáját. (Egy vitában persze Levin a fejemhez vágná, hogy ezzel egyúttal azt állítom: a lap nem szándékosan vezette félre a nyilvánosságot. Azt felelném: igen, ezt feltételezem, mert az igazságkereső újságírók egyszerűen ráborították volna az asztalt a szerkesztőkre, ha kiderült volna, hogy tudtukkal közölnek hazug szövegeket saját cikkeik mellett.)

Hogy ilyen tévútjárás megtörténik majd még egyes szerkesztőségekben, nem kérdés. Komplett lapok lehetnek foglyai egyes munkatársak, döntéshozók világlátásának, aktivizmusának, személyes szimpátiájának, kapcsolatrendszerének, választott eszméjének, emberi gyarlóságának vagy egyszerűen tévedésének. A kérdés az, a szervezet képes-e felismerni e rabságát, önreflektíven reagálni a helyzetre. Azaz léteznek-e eszközei és képességei ahhoz, hogy felszámolja a kialakult helyzetet, és úgy alakítsa munkafolyamatait, hogy többé hasonló ne fordulhasson elő.

Ennek egyik eszköze az intellektuális sokféleség. Azaz a szerkesztőség szabadsága és nyitottsága, amennyiben különböző világlátású, de a szakma iránt hasonló elkötelezettségű tagjai képesek nyílt vitákban felszámolni a kövesedő buborékokat. (Egyébként teljesen hétköznapi eszköz például a témák privatizációjának felszámolása, azaz ha többen írnak ugyanarról a területről, sokkal kisebb az esély a totális tévedéssorozatra.)

Elméletileg nyilván tudjuk a megoldást, ám ennek ellenére nehézkes a korrekció. Ennek bizonyítéka az a szakmai kudarcsorozat, amelyet az amerikai mainstream média a Donald Trump és az oroszok kapcsolatát feltáró nyomozás előtt, közben és után bemutatott. Utólag legalábbis érthetetlen, miként szaladt szembe a fél média saját normarendszerével, lett foglya tények hiányában a gondolatnak, hogy Trump kvázi orosz ügynök.

Glenn Greenwald, a Snowden-üggyel világhírűvé vált oknyomozó újságíró például összegyűjtötte a média tíz legborzasztóbb hibáját. A felsorolásban helyet kap a *Washington Post*és a *CNN* egyaránt. A lajstrom meghökkentő, például névtelen források kergettek bajba újságírókat, aminek egyszerű a magyarázata: olyanoknak is hinni akartak, akikben nem lehetett bízni, és olyan állításokat is leírtak, amelyeket nem tudtak több oldalról megtámasztani. Azaz politikai preferenciáik egyszerűen elhomályosították látásukat. Ilyen esetben jó mérce: vajon Barack Obamáról vagy Joe Bidenről lehozták volna-e ugyanazt a sztorit ugyanannyi információ alapján? Ha a válasz igen, akkor az objektív eszközrendszer működött, ám nem voltak elég figyelmesek, körültekintőek, tévedtek. Ha a válasz nem, akkor politikai pozíciót vettek fel, és Trump eltávolításának vágya elnyomta újságírói hivatásuk normarendszerét. Greenwald szerint ugyanezt láttuk 2002–2003-ban, amikor a Szaddám Huszein iraki diktátor jelentette fenyegetést túlozták el a tényektől távoli térben, ráadásul a hibák egyirányba mutattak, ugyanazt a narratívát támasztották alá.

Érdemi médiakritikával e ponton egészen súlyos felsorolást lehet tartani. Merthogy a média iránti bizalom rombolásáért sokat tesznek a médiarendszer szereplői is. Csak ebben a szövegben említettem már olyan szakmai dilemmát, mint a koronavírus-járvány idején – a piaci logika és a Facebookhoz hasonló forgalomterelők uralkodása miatt – korrigálhatatlan módon dekontextualizált, olykor egymásnak ellentmondó hírek föltűnése az elsődleges nyilvánosságban. Írtam arról a marketing- és reklámlogikáról, amely a kapitalista struktúrában teljesen természetesen teszi termékké a hírt, így formálja fogyasztóorientáltabbá a tartalmakat. De beszélhetünk arról is, milyen erősen összefonódik szerte a világban a média és a politika. És ha nem is a propagandáról van szó, akkor is egészen erős példákat láthatunk. Ilyen például az az állandó politikai szándék, amely újságírókat akar meggyőzni, befolyásolni, átverni. Kívülről nézve ugyancsak bizalmi deficitet okozhat az egyébként szakmai, professzionális értelemben teljesen logikus átjárás a két szektor között. A legnagyobb politikai projektek mindegyikében dolgoznak korábbi újságírók, médiavezetők, ami tekinthető evidenciának, hiszen a politika legfontosabb érvényesülési terepe a média, így logikusan keresi a szektor legjobbjait, hogy több esélye legyen céljai elérésére. Ám kívülről, a választópolgárok oldaláról ezek az igazolások, a szoros viszonyrendszerből fakadó kölcsönös befolyásolási

kísérletek világosan igazolják a két szektor totális összefonódását, a média átpolitizáltságát, az „ezek ugyanazok" munkacímű hangulat megjelenését, ami újabb bizonyíték a média függetlenségével szemben. Hatványozottan igaz ez, amikor újságírók folytatják pályájukat valamelyik pártban politikusként, ami a bizalmatlanok szemében világos bizonyítéka annak, hogy korábban is politikai szerepet játszottak, mintha nem lenne lehetséges az intellektuális autonómia, a döntés az előző szerep lezárásáról és egy új vállalásáról. Ezeken kívül is számos, elsősorban strukturális, másodsorban szakmai hibát sorolhatnánk még, itt ezekkel csupán azt akarom érzékeltetni, hogy a média felelőssége éppen úgy jelentős, mint a politikáé, amikor a bizalmi deficit mélyüléséről beszélünk.

Persze valójában már a minderről szóló beszéd is az önreflexió része. Ennek kapcsán érdemes elismételni: az újság alapvetően reakciós, nem proaktív szereplője a nyilvánosságnak. A média – mint azt neve kódolja – közvetítő, nem pedig politikaformáló szerepre jött létre, s ahogyan erre korábban már utaltam, e karakterét csak tovább erősítette a digitális média jellege.

Ugyanakkor itt ismét problémába botlunk: ehhez sincs objektív mérőrendszer, valójában puha határokat látunk. Hiszen a véleménycikkek például nyilvánvalóan a közvélemény formálásának eszközei. Erős és legitim érvek szólnak amellett, hogy már a témaválasztás is e kategóriába sorolható.

A dilemmák között van olyan, amelyiknek eldöntésében segít az objektív eszközrendszer: az ellenőrző funkció alkalmazása nyilvánvalóan normatív feladat, azaz a természetes tematizációs szerephez kapcsolódik. Persze minden mondat után fékeznünk kell, mert az orbáni médiagondolkodás értelmében nyilván nem lehet ilyen szerepe a médiának, hiszen kvázi demokratikus felhatalmazás nélkül avatkozik be a politikai versenybe azzal, hogy a politikai szereplők akaratát figyelmen kívül hagyva publikál sötét titkaikról. Ám minden sornál nem rögzítem majd e szerintem a demokrácia minőségét brutálisan romboló, a közösségi normarend felszámolását elősegítő felfogás érveit, csupán jelzem, hogy ezek az állításaim abból a demokráciaértelmezésből fakadnak, amely a média szerepét a demokrácia minőségbiztosításának látja, mert a szabad nyilvánosságban élénkebb a közéleti vita, erősebb a hatalom ellenőrzése. Ez olyan fék a rendszerben, amely lehetővé teszi a közösségi normaépítést például azzal, hogy a hatalom akaratán kívül is nyilvánosságot kaphatnak információk, ami azzal jár, hogy a hatalomnak reagálni kell. Korrupciós ügy esetén magyarázatot adnia, egyéb ügyekben például közéleti vitában érvelnie, döntésének okait magyaráznia, azaz a választópolgárok kérdéseit megválaszolni, minthogy a kortárs nyilvánosságban a média jelenti a polgárok számára a hozzáférést a hatalomhoz.

E rövid exkurzus után térjünk vissza az objektív eszközrendszerhez, amely érvényesíthető minden hatalmi pozícióban lévő politikussal szemben, azaz nem kapcsolódik semmilyen politikai vitához és valójában nem érinti a tematizációs versenyt, hiszen csak a piszkosakat érheti el az igazságot kereső újságírók tényfeltáró munkája.

Ezzel szemben jó példa az aktivizmusra a klímaváltozás ügye. A tudományos konszenzus szerint klímaváltozás zajlik. Ez tény. Ezen túl azonban politikai verseny kezdődik abban, hogy klímakatasztrófát látunk-e, amelyben az emberi tevékenység szerepe meghatározó, s valóban ezt tekinthetjük-e a legfontosabb kortárs problémának.

Hogy szerintem azok egyike, nem kérdés. De annak gondolom a globális egyenlőtlenségeket, az oktatási rendszerek társadalmi mobilitást gyilkoló valóságát, a kollégáim pedig még nyilván fölsorolnának tucatnyi hasonló súlyos krízist. Egyes szerkesztőségek dönthetnek úgy, hogy érték- és normarendjükből, esetleg világnézeti vállalásukból következik egy sorrend, ám a mainstream, nem világnézeti médiától ilyesmi nehezen várható el.

Akik ugyanis a médiától várják a problémák képviseletét és a megoldását, azok a politikát magát akarják megkerülni. Ők pedig nem kevesen vannak, még a szabad sajtó elkötelezett hívei között sem. Minthogy saját értékkészletüket normatívnak tudják, így elvárják, hogy a média ennek megfelelően segítse ügyük tematizálását. Ám ez megint politikai, s nem médialogika, minek nyomán az ilyen újságkészítési gyakorlat politikai pozíciót eredményez.

Elsősorban a politikai pártok, a civilek, nem pedig a néplapok, a tömegmédiumok dolga megvívni a politikai térben a témák közötti meccset, támogatottságot szerezni az ügyeikhez, megnyerni a polgárok többségét álláspontjuknak.

Amikor az érintettek a médiától várják, hogy előremenjen, tegye például normává, hogy a klímaválság az első számú probléma, akkor elkerülik a vitát, valamint nem foglalkoznak azzal, hogy többséget szerezzenek véleményük mellé. Mindemellett mindennél erősebben érvelnek azzal, hogy Orbán Viktor médiagondolkodásának erős az igazsága.

Az ugyanis csak vélemény lehet, hogy melyik téma a legfontosabb, ahogyan az algoritmus is kódokba ágyazott vélemény. És noha egyik vagy másik ügy elkötelezettjei erről nem mindig hajlamosak tudomást venni, de minden ilyen állításnak van alternatívája. A média feladata az, hogy ezeket bemutassa, azt pedig az ügyeket felkaroló pártok támogatottsága, a vele foglalkozó pártok száma, a civilek ereje és az olvasók érdeklődése együtt dönti el, az újságok mennyire mélyednek el benne. Az ugyanis a nyilvánosság és a közéleti vita teljes félreértése, amikor az elit normává szeretné emelni valamelyik témát, amelyhez a közéleti vitát nem kívánja megvívni.

Így szoktak elesni olyan ügyek, mint például a melegházasság kérdése, amelyben legitim érvek csapnak össze, ám akadnak, akik azzal próbálják lezárni a vitát: 2021 van. Fájdalom, ez a közlés nem jelent az égvilágon semmit. Mert 2021-ben éppúgy legitim érvelni a melegházasság mellett és ellen, mint 1989-

ben volt és 2032-ben lesz. Ahogyan igaz ez a halálbüntetésre is, mert a vitáknak és a véleményeknek nincs vége: a társadalom többségét, kultúráját tartósan kell megnyerni az álláspontok politikai érvényesítéséhez.

Ezekkel a példákkal csak azt akartam érzékeltetni, hogy a politikai, gazdasági érdekcsoportok mindig a médiát akarják használni, hogy érvényesítsék szándékaikat, a nyilvánosságot eszközként használva elérjék céljaikat. A média feladata pedig e szándékok ellentartása, hiszen függetlenségével éppen azt ígéri, hogy szerkesztőségen kívüli akaratok nem befolyásolják. Ahogyan minden mondatnál és fogalomnál, itt is leragadhatunk persze, elvégre a valóságban alighanem olykor sikerül megvezetni szerkesztőségeket, valamilyen típusú üzleti vagy egyéb befolyást gyakorolni. Ideális esetben mindennek ellentart.

Hogy ezt megtehesse, annak szükséges feltétele az objektív eszközrendszer alkalmazása, valamint hogy célja mindig az olvasók informálása, szórakoztatása, a hatalom ellenőrzése legyen, és sohasem a hatalom szolgálata és az olvasók irányítása.

És ha az adott médium legjobb tudása, a hivatás normarendszere szerint jár el, akkor sem lesz objektív, mert ahogyan már írtam, az objektív újságírás halott, azaz valójában nem is élt sohasem. Cserébe a fair újságírás legjobb korszakát élheti még akkor is, ha számos súlyos körülényről, egy disztópikus jövőképről számoltunk be az előző fejezetekben. Ennek az az oka, hogy éppen ilyen időszakokban lehet a társadalomnak leginkább igénye az igazságra való törekvésre, hiszen mostanában akarják a legtöbben, a legkülönfélébb módszerekkel elérni, hogy ne legyen többé igazság. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy súlyos viták tárgya lehet, mikor, mit tehet az újság, mit és hogyan kell csinálnia, miként felelhet meg a szakma igazságának, ám az sohasem, hogy az újság, ha újság akar lenni, mindörökké ugyanazzal áll szemben: a hazugsággal.

Ezek kulcsfogalmak a kortárs nyilvánosságot érintő vitákban, ám az elméleti kérdéseket érintő disputák mellett komoly

érvek versenyeznek azzal kapcsolatban, mit is kell tennie egy újságírónak, azaz például ha a politikai rendszer elcsúszik a normatívnak tartott liberális demokrácia felől, akkor legitimmé válnak-e olyan szerepek, mint például az itt is tárgyalt aktivizmus. Az biztos, hogy az Orbán-rendszerhez hasonló politikai modellekben korántsem egyértelműek szerepeik határai, illetve a magatartásformák vállalása. Érdemes áttekinteni, milyen újságírói szerepek látszanak érvényesnek a szisztémában.

4.2. De mit kell csinálnia egy újságírónak?

Az ilyen rendszerekben leginkább ütközőpontot jelentő politikai újságírói szerep alapvető morális kerete nyilván az imént részletezettekben rejlik, tehát az igazat kell írni. Az a helyes, ha az újságírónak arra irányul minden erőfeszítése, hogy közelebb kerüljön az igazsághoz, kérdezzen, kutasson, adatokhoz jusson, körbejárja az adott témát.

És egy olyan autokratikus irányba elmozdult politikai modellben, mint a magyar, egy ilyen mondat világosan, egyszerűen és pontosan kijelöli a politikai újságíró helyét a rendszerben.

Tehát az újságírónak azt kell tennie, hogy.

Természetesen egyáltalán nem világos és egyértelmű, hogy az újságírónak hogyan kell viselkednie egy ilyen rendszerben. Az ilyen típusú, demokratikus modelltől az autokratikus rendszer felé utazó, valójában mélyen posztmodern fejlemények azt jelentik az újságíró számára, hogy valójában semmit sem könnyű eldönteni. Ezen a Magyarországon – és a kortárs globális fejlemények, a nyilvánosság átalakulása, az információs háború megjelenése után a világon bárhol is – mind kevésbé vannak normatív értelemben vett szerepek, sőt talán egyáltalán nincsenek. Ezért is nézem mindig meglepve azokat a szerepesztétákat, akik kifogástalan ízléssel döntik el mindig a másik-

ról, hogy megfelelően jár-e el adott helyzetben. Főleg, amikor a morális döntéshozó végül politikai logikára építi bírálatát, azaz abból a szempontból ítéli meg az adott vállalást, hogy a hatalom gyöngülését vagy erősödését segíti-e elő. Ami biztos: a politikai logika érvényesítése a független médiában legfeljebb diktatúrákban értelmezhető. Csakhogy nem ismerünk jelenleg olyan mértékadó elemzést, politikatudományi konszenzust, amely totalitárius diktatúraként írná le a magyar rendszert, leginkább liberális demokráciából elképzelve nevezik versengő autoriter rezsimnek, választási autokráciának, maffiállamnak, más alapról elgondolva plebiszciter vezérdemokráciának, hatalompárti oldalról pedig keresztény vagy illiberális demokráciának egyaránt. Maguk az ellenzéki pártok azt vallják, választáson legyőzhető a Fidesz. Ezt onnan biztosan tudjuk, hogy elindulnak ezeken a választásokon, majd beülnek a parlamentbe.

Ha már itt tartunk, meg is állok egy pillanatra, hogy a politikai szereplők médiaértési képességeinek javításában igyekezzem szerepet vállalni. Az ellenzéki politikusok és támogatóik olykor hajlamosak a független média működési gyakorlatát bírálni, mivel a kormánypárti propaganda feltétel nélkül szolgálja ki a hatalmat, miközben a független médiumok igyekeznek ugyanazon a normamérlegen mérni az ellenzéki, mint a kormánypárti tetteket. Mármost, azért mulattatók ezek az ellenzéki panaszok, mert minden ilyen mondás saját politikájuk alapját kezdi ki. Elvégre ilyenkor a választók és a politikusok azt várják el a médiától, hogy adja föl a médialogikát: járjon el úgy, mintha diktatúra lenne, és ennek megfelelően tűzzön ki politikai célokat. Azaz a nézők/olvasók kiszolgálása, a hivatás szolgálata helyett elsődlegesen a hatalom leváltásának szentelje magát, miközben az ellenzéki pártok ott ülnek a parlamentben. Tehát az ellenzéki politikusok egy része olykor a rendszer egészéről vallott álláspontjával ellentétes hozzáállást vár el a média szereplőitől azért, hogy könnyítse saját szavazatszerzését. Ez az intellektuális karambol persze sűrűn

előfordul, noha értelmezhetetlen a független média függetlenségét érintő bírálat, miközben a kormánnyal szembeni kritika e függetlenség felszámolásán nyugszik.

E kitérő talán alkalmas volt arra, hogy rámutasson: az orbáni modellhez hasonló rendszerekben sok intellektuális erőre és kreatív energiára van szükség a gondolkodáshoz, mert a hagyományos válaszok, a konszolidált liberális demokráciákra kifejleszett normák nem működnek egy ilyen közegben. Az Európai Unió példája is ezt bizonyítja: hatalmas intézményrendszere, őrzött normarendje képtelen reagálni a demokratikus maskarában érkező, autokratikus vagy vezérjellegű kihívásra. De ez már messzire vezetne, így visszatérek az újságírói szerepek pontos megfogalmazhatóságának lehetetlenségéhez. Ismétlem: ilyen rendszerekben lehetetetlen közös szakmai normákon alapuló, érinthetetlen, gránitszilárd cselekvési kereteket kialakítani. Nem kis részben azért, mert már a rendszer megnevezésének és megítélésének kihívása ellehetetleníti a helyes válaszok kijelölésének lehetőségét.

És akkor még egyáltalán nem bonyolítottam a képletet a szöveg eddigi részében taglaltakkal, például azzal, hogy a technológia szintje, a nyilvánosság összetettsége nem vethető össze a korábbival, így az egykori válaszok és konszenzusok nem értelmezhetők ebben a mezőben. Az előző fejezetekben bőven szóltunk a fake newsról, az igazságok versenyéről, az alternatív tények, összeesküvés-elméletek jelentette kihívásról, amelyek olyan kihívásként jelentenek, amelyre nincsenek történelmi válaszok. Sőt a legrelevánsabb médiakritikai álláspont talán onnan beszélne, hogy nemhogy válaszai, sokszor kérdései sincsenek a mainstream médiának. Azaz olyan sztenderdek, magatartásformák, sablonfeleletek érkeznek az újságírás eszmei-elméleti keretei felől, amelyeket a konszolidált liberális demokráciák sokszor még kereskedelmi logikától mentes médiakörnyezetben, a nyilvánosság új forradalma előtt építettek föl. Miközben a politikai modellek dinamikus változása, a közösségi média térhódítása komoly intellektuális kihívást teremt, és érdemi gondolkodási munka zajlik megértésükre, úgy tetszik, éppen a médiagondolkodás követi le kevésbé a fejleményeket. Ennek köszönhető például, hogy még mindig akadnak, akik célként beszélnek az objektivitásról, mintha az lehetséges volna.

Amíg a médiagondolkodás nem hoz elégséges új közösségi tudásokat, normákat, leginkább egyéni feleleteink és indoklásaink lehetnek. Leírom most azt, amit én gondolok ezekről. A *Népszabadság* bezárása után a *24.hu* hívására mondtam igent, és már ezzel a választással feleltem némiképp a dilemmák egy részére. Utóbbi ugyanis az ország legolvasottabb újságainak egyike, amely piaci bevételekből működik. A könyv írásakor ezek a bevételek nyereséges működést tesznek lehetővé, még akkor is, ha a jogszabályi változások, kormányzati intézkedések nehezítik is az üzemmenetet, ahol csak lehet. Ám még e körülmények között is lehetséges a konszolidált liberális demokráciákból ismert működési modell. Már abban az értelemben, hogy elérhető elégséges piaci bevétel ahhoz, hogy működőképes legyen a közbeszéd tematizálására alkalmas, politikai, oknyomozó cikkek sorával jelentkező, interjúk sokaságát közlő, emellett a szórakozásra, a könnyedebb, magazinos, bulvártartalmakra igényt tartó közönséget is kiszolgálni képes, az újságírás hagyományos szakmai normakészletét tisztelő néplap. Ha viszont piaci alapon működtethető ilyen újság, a következő kérdés az, hogy lehet-e érdemi munkát végezni. A válaszom erre az: igen.

Azaz mind nehezebb körülmények között, mind több erőfeszítéssel, költséggel (ami jelent pénzügyi, jogi, időbeli erőforrásokat egyaránt), de lehetséges a munka. Egyszerűen nem igaz, hogy sötét diktatúrákra emlékeztet a magyar helyzet. Törökországban börtönbe viszik az újságírókat, miközben a 2018-as országgyűlési választások előtt a *24.hu* megszerezte, feldolgozta és publikálta az OLAF Elios-ügyről szóló jelen-

tését, amelyből kiderül, hogy a szervezett bűnözés feltételeinek is megfeleltethető módon családi mechanizmust építettek ki. A nap végén pedig milliárdos magánvagyon keletkezett a miniszterelnök családjában. A *24.hu* ezen kívül is számos fontos tényfeltárást végzett (példaként a szakma legnagyobb oknyomozói díjával elismert, Simonka-botrányról szóló cikksorozatot említem), ám a kollégákkal nem a Csillag börtönben szerkesztünk üzemi lapot, hanem ebben a kis kötetben elemzem éppen a lehetséges újságírói magatartásformákat.

Ettől még persze tudható, hogy az igazság megismerésének lehetőségei mind szűkebbek, a körülmények mind nehezebbek. Itt most random német, francia, holland újság/EP-képviselő/sajtószabadság-kutató által is ismert felsorolás következik: állami cégek jogerős bírósági ítélet ellenére sem adnak ki közérdekű adatokat; a kormánypárt politikusai főszabály szerint nem válaszolnak a tőlük független média kérdéseire, ahogyan a közigazgatás csúcsszervei sem; nem elég, hogy közpénzből finanszírozzák a propagandaszekciójukat, de a piaci hirdetők mozgását is befolyásolják; jogszabályokkal szűkítik a médiateret; oligarcháknak kifizetett közpénzmilliárdokkal csináltak ki és tartottak fent termékeket. A rendszer logikájából az következik, hogy mindezt folytatják, mert a hatalom elvesztésének költségei mind nagyobbak, így mind nagyobb erővel, és mind kevesebb morális korláttal kell csökkenteni a kockázatok számát és nagyságát.

Ez viszont megmutatja az ilyen rendszerek nagyon súlyos lételméleti dilemmáját. Az irtózatos erőforrásfölényt magáénak tudó, minden hatóságot, intézményt uraló hatalom asszimetrikus háborút vív. Politikai logikája alapján osztja ellenségekre és barátokra a közélet szereplőit, miközben az általa ellenségként megjelölt területen szabad és autonóm szereplők vitája zajlik. Egymással, a korral, a rendszerrel.

Objektív tény, hogy ez a jelenlegi struktúrában nyilvánvalóan csökkenti a hatalom leváltásának esélyeit. A lételméleti dilemma az, hogy minden szereplő sejti, tudja a következő lépést, mert a hatalom logikája a további elnyomást vetíti előre. Ebben az esetben saját logikájának, elveinek feladása akár prevenciónak is tűnhetne, azaz a mi–ők logika elfogadása, a háborús helyzet internalizálása a gondolkodásba jelenthetné, hogy időlegesen felfüggeszthetők a szabályok. Az indoklás sem lenne bonyolult: csak az ő eszközeikkel tudjuk megvédeni saját magunkat, különben előbb-utóbb mind sorra kerülünk, és saját eszközeinkkel mind védtelenek leszünk.

Csakhogy ezt a hamis dilemmát én például egyszerűen nem vagyok hajlandó elfogadni, nem vagyok hajlandó az orbáni modell efféle szervezeti és működési szabályzatát aláírni. Így persze haladunk tovább a lehetséges elnyomás újabb fokozatai felé, vagy más forgatókönyvek valósulnak meg a hatalom választáson történő leváltásától a nemzetközi médiakörnyezet radikális megváltozásán át a politikai konszolidációig.

Bármi is jön, maradnak a napi dilemmák, a másodlagos kihívások. Merthogy mikroszinten valóban ott vannak a feszítő kérdések velünk szemben. Mondok személyes példákat. Létezik olyan műsor az *ATV*-ben, amelyben politikusok, elemzők és újságírók együtt ülnek és kommentálnak híreket. Ezt a formátumot én már régen nem vállalom, mert a szerepek tökéletes összemosását hozza el. Újságíróból és elemzőből politikus lesz, politikusból újságíró és elemző. Így összekeveredik minden, és a hatalom akaratának megfelelően nem autonóm szereplők, szerepek állnak vele szemben, hanem kialakul az általa rendelt mi–ők helyzet.

Ugyanakkor szinte elsőként mentem be a kormányzati visszafoglalása után a *Hír TV*-be, amely a kormánypárt akaratának kiszolgálójaként működik. Mert ebben az ügyben viszont az a válaszom, hogy a csatorna a moralitás megvédésének lehetőségét adta, illetve eljuthattam saját buborékomon kívüli emberekhez. Nem nehéz erre erős, nehezen kikezdhető ellenérvek sorát felvonultatni: rendkívül kevesen nézik azt a tévét, valójában

egy másik, de legalább kisebb buborékba sétáltam, amelyben a nekem szánt szereppel sikerült kiszolgálnom a hatalom narratíváját, amely a demokratikus vita létezéséről szól, miközben mindkét oldalról puszta vagdalkozás zajlott a stúdióban, tehát szemernyivel sem kerültünk közelebb az igazsághoz. Hogy akkor most amiatt ne is kelljen még pluszban fejet vakarni, hogy ez az egész hogyan illeszkedik a médialogika kontra politikai logikába, amelynél már elidőztem.

A lényeg, hogy a kérdés itt marad: az egyik helytelen, a másik pedig helyes vállalás és döntés?

Nem, nem gondolom. Mert sokkal inkább úgy tudom, hogy nem helyes döntések, vállalható műsorok, elfogadható szerepek, hanem csupán jó morális vállalások vannak. Ha ugyanis bármelyik helyen azért jelenik meg az újságíró, mert hite szerint így juthat közelebb az igazsághoz, miközben hivatását képviseli, sehol nem fogadja el a cenzúrát, autonóm emberként jár el, akkor az orbánihoz hasonló autokratikus jellegű rezsimekben nincs morális alapja a kritikának.

Meglehet, akár az egyik, akár a másik esetben, vagy az ehhez hasonló döntések bármelyikének alkalmával, akár már azzal, hogy nem adjuk fel a hitet az újságírásban, a rendszer hasznos idiótái vagyunk. Elvégre munkánkkal és létezésünkkel bizonyítjuk a szabad média létezését, erősítjük a hatalom politikai narratíváinak érvényességét, és így tovább.

De ez nem baj. Mert van az úgy olykor a történelemben, hogy az igazság tartósan kisebbségbe szorul, ami viszont nem azt jelenti, hogy elvesztette igazságjellegét.

Egy ilyen helyzetben legitim azt mondani, hogy valaki újságíró-aktivista lesz, politikai eszmét képvisel és népszerűsít cikkeivel. Legitim kivonulni a hirdetések piacáról, támogatásokból működni. Legitim bemenni az egyik tévébe, elutasítani egy másik csatornát. Legitim és legitim.

Mert valójában mindent csak morális vállalás alapján lehet megítélni. Ezzel együtt nincs kizárva, hogy e döntések, vállalások egyike vagy mindegyike a rendszer logikájából következően praktikusan annak stabilitását erősíti.

Ám fontos tudni: nincs azzal semmi baj, ha a politikai logika alapján működő rendszerben hasznos idiótának tűnnek a médialogikát érvényesítő, morális alapon döntéseket hozó szereplők. Merthogy ez konkrétan azt jelenti: változó időkben, új kihívások, nehéz erkölcsi dilemmák mellett is újságírók maradtak.

5. ÚJSÁGÍRÓK MÁRPEDIG LESZNEK

„Korunk hőseinek, az újságíróknak!" – írta Timothy Snyder *A szabadság felszámolása* című kötetének az ajánlójába. A Yale professzora az oroszok ukrajnai hibrid háborúját korszakváltó eseményként írja le. Meggyőződése, hogy hasonféle mind több helyen megtörténhet. Ír egy orosz asszonyról, aki látta, hogy halott katonákat hoznak és visznek, miközben a tévében azt mondták, Oroszország nem áll háborúban. A nő azt is tudta, földije Ukrajnában esett el, pedig a putyini hazugsággyár szerint nem voltak ott orosz csapatok. Snyder a szabadság felszámolására tett kísérletként beszél a rezsimről, amely szemérmetlenül tagadja el a valóságot, manipulációra használja az információs technológiákat, és közben felségjelzés nélküli egységeket vet be, globális propagandát folytat, trollgyárakat épít, kibertámadásokkal operál. Ezek mind olyan kortárs jelenségek, háborús innovációk, amelyek kivételes kollekciójával dolgoznak Putyinék. A szerző szerint nem is kell olyan sok feltételnek teljesülnie, hogy máshol is felszámolhassák a szabadságot. Ezek egyike, hogy a szükségszerűség politikáját fel kell váltania az örökkévalóság politikájának.

A demokratikus optimizmus korszakában a történelem vége a szükségszerűség politikáját jelentette: a jövő a jelen kiterjesztése, a demokratikus hatalomgyakorlási formáknak, az úgynevezett jó politikai rendszereknek már nincs alternatívája. Ezt az ellképzelést azonban megzavarta az az apróság, hogy megjelentek az új modellek. Például – a synderi, általam korlátozottan érvényesnek tartott verzió szerint – föltűnt az örökkévalóság politikája, amely a nemzetet a ciklikus áldozat szerepébe helyezi. Lényege, hogy úgyis jön az ellenség, bármit is teszünk. A politikai fantázia elszabadulásának köszönhetően radiká-

lis politika jelent meg, amely aszerint építkezik, hogy nem a társadalom egészének segítése, támogatása a feladat, hanem a teremtett fenyegetések elleni védekezés képességének bizonyítása. Ehhez éppen csak a tényszerűséget kell felszámolni, az egyenlőtlenségeket pedig megőrizni. Erre remek eszköz például az oktatási rendszer liberális demokrácia garantálta működési modellje, hogy ezzel bezárjuk a kört. Hiszen – noha Synder is elegánsan kikerüli a probléma gyökerét – a helyzet megváltoztathatatlan a kapitalista és neoliberális kulturális meghatározottságok felszámolása, újragondolása nélkül.

Ez a horizont, ám alatta van olyasmi, amit Synderhez hasonlóan látok. Méghozzá azt, hogy az újságírók képesek megőrizni a tényeket, bemutatni a meg nem hallottak elbeszélését a világról, s őrködni a valóság mellett.

Csakhogy az elbeszélésem éppen arról szólt, hogy a média, a sajtószabadság olyan nyomás alatt van, ami nemigen élhető túl, azaz az újságírókra csupa rossz dolog vár. Alapvetően disztópikus látomásaim vannak a nagy történetről, azaz a kapitalista működési logika, a demokratikus nyilvánosság és politikai rendszer, az egyenlőtlenségek, a technológiai forradalom irányáról. Azaz az igazság sorsáról.

Mindennek ellenére azonban a médiában, mi több, egy hírportálnál dolgozom. Ennek pedig az az oka, hogy a valóság messze reménykeltőbb, mint a valóság. Elismerem, okoz némi értelmezési nehézséget a mondás, így igyekszem feloldalni.

Van ugyanis a nagy kép, amelyen a liberális demokráciákba, a kortárs kapitalizmusba kódolt önmegsemmisítő, olykor egyenesen antidemokratikus, hazug ellentmondások, a korrigálhatatlan neoliberális struktúrák, az ezekből logikusan következő társadalomroncsoló technológiai forradalmak, a növekvő egyenlőtlenségek, a mindennek nyomán egyre pusztítóbb igazságtalanságok láthatók. Ez a valóság.

De közben olyan helyen dolgozom, ahol a gondolat olyannyira szabad, hogy nyugodtan mélázhatok azokon az eszmei,

demokratikus, üzleti inkonzisztenciákon, amelyek nyomorítják a médiarendszert, nehezítik az újságírást, rongálják a szakmai normák fönntartásának esélyeit. És látom magam körül azokat az embereket, akik azért dolgoznak, hogy hangot adhassanak azoknak, akiknek nincs tőkéjük, hogy beszélhessenek, nincs elég tudásuk, hogy képviseljék magukat, nincs lehetőségük arra, hogy kérdezzenek. Vannak ugyanis sokan olyanok, akik tényekről írnak, megkérdezik az érintetteket egy-egy ügyről, odamennek, ahonnan bajról, lopásról, hatalmasok gátlástalanságairól, elveszettek, nyomorítottak alázásáról, társadalmi problémákról, emberek embereknek mesélhető történeteiről kapnak információt. Minden idegszálukkal arra törekednek, hogy közelebb kerüljenek az igazsághoz, minél többet mondhassanak el a valóságról, minél pontosabban mutathassák meg a hazájuk egy újabb szegletét, jelenének elfelejtett részletét. Ez a szenvedélyük.

Tehát ma ez a két valóság létezik.

És még szóba sem kerültek olyan súlyos szakmai dilemmák, amelyek még inkább mikroproblémát jelentenek a felsoroltakhoz képest. Hogy például milyen nehéz önreflektíven dolgozni a kortárs médiastruktúrában, a pillanatok versenyében, amikor bölcsős kortól kezelt iPadek, Instagramon, TikTokon felnőtt nemzedékek alakítják a mentális struktúrákat, formálják a figyelési képességet, jelentenek újabb és újabb kihívásokat a tartalomszolgáltatóknak. Amikor a tempó szinte felfoghatatlan. Hiszen amíg ezeket a sorokat gépelem, addig is címek sora jelenik meg az újságban, amelyet szerkesztek. Nem tudom, mi van ezekben a cikkekben, nem tudom, hová kerülnek a címlapon. Az irtózatos tempóban az újságkészítés is demokratizálódott. Ennek számos pozitív és néhány negatív következménye van.

A pozitívak közé tartozik, hogy nem egyetlen vagy néhány ember ízlése, hírérzékenysége határozza meg például a nagy online lapok tartalmát, kinézetét, hiszen lehetetlen a döntéseket a korábban ismert mértékben centralizálni, így sokkal heterogénebb tud lenni a tartalom, sokkal szabadabb a szerkezet. Többen, sokfélébb döntést hoznak, ennek megfelelően sokszínűbb újságot írnak. A negatívak közül azonban meg lehet említeni, hogy ma sok cím kerül a vezető hírsite-okra úgy, hogy csakis a szerző olvasta, vagyis többszintű kontroll nélkül élesednek bizonyos cikkek (ez nyilván általában hírekre, szemlékre igaz). A *Népszabadságot* felváltva szerkesztették a lap vezetői. A saját napjaimon általában a másnapi újságban helyet kapó összes betűt elolvastam. Persze napilapnál sincs ideje egy vezető szerkesztőnek a címlap gondozása, kitalálása, a megannyi mikrodöntés mellett minden cikkről beszélni, gondolkodni, módosításokat javasolni, de mindig pontosan tudhatta, mi van az újságban, képes volt döntést hozni arról, mi szerepeljen mindenképpen, s mi hova kerüljön az újságban.

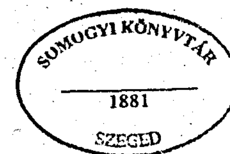
Erre az online lapoknál semmilyen esély nincs, még csak nem is tudom, mik is jelentek meg pontosan a lapban, pláne azt nem, milyen címmel, illusztrációval. Ennek az az oka, hogy olyan ütemben születnek a cikkek-címek ebben a nyilvánosságban, ami nem teszi lehetővé a totális követést. És hogy a folyamat egy biztosan látható negatív következményét említsem: amikor a *Népszabadsághoz* kerültem gyakornoknak 2008 legvégén, a lapzártában készülő sporttudósításokon és hasonló kivételeken kívül általában legalább hárman-négyen látták a cikkemet, mielőtt nyomdába ment. Szenior, rutinos szerkesztők, korrektor: sok sansz volt arra, hogy az esetleges hibákat kiszűrjük. Ma már ez történelem: az üzleti modellek átalakultak, az ellenőrző funkciók szűkültek, az idő elfogyott, így értelemszerűen nagyobb a hibalehetőség, és szükségszerűen rosszabb a lapok nyelvi, nyelvhelyességi nívója.

Irtózatos sebességgel változik a nyilvánosság, módosulnak a platformok, a cikkformátumok, a kép-szöveg arányok, a kíváncsiságok, ebben az iszonyatos mértékben átalakuló tartalomiparban alig van, ami változatlan maradna.

Ez az elbeszélés alapvetően éppen a dilemmákról szólt: például arról, valójában milyen lehetetlenül fluid az igazság jelentéstartománya, milyen érdemi viták érintik az objektivitás fogalmát, mennyire igaz az a mondás, hogy minden világról szóló beszéd, legyen a formája újság, regény vagy film, szükségszerűen értékkészletet közvetít. És még arról is, hogy micsoda nyomások roncsolják a kortárs nyilvánosságban a szabad médiát, hogyan támadja szövetségben Mark Zuckerberg és Orbán Viktor, hogyan roppanthat meg üzleti modelleket a technológiai őrület. És még nem is beszéltem a személyes feszültségekről. Merthogy ebben a szövegben még olyan problémákról is írtam, mint például a hirdetések és a tartalom viszonya, vagy a Facebook és a tartalomszolgáltatók relációja, amelyeknek tökéletesítésében hosszú évek óta aktív részem van, de említhetem azt is, hogy természetesen személyesen is lelkes használója vagyok a közösségi médiumoknak. És ez így is marad, mert a valóságmentes utópiák hirdetőinek állításával szemben a kortárs társadalmakban, ilyen bonyolult hálózatok, ilyen ütemű technológiai változások, a társadalmi viszonyok alakulása, a nyilvánosság jelenlegi formája mellett nincsenek tökéletesen konzisztens magatartások. Az elvek és az eszmék ugyanis nem arra vannak, hogy korlátozzanak, hanem arra, hogy szabaddá tegyenek. Vagyis képességnek azt tartom, ha mind többet tudunk érvényesíteni eszméink közül, nem pedig azt, ha mind többször tudjuk azok nevében korlátozni saját cselekvési lehetőségeinket. De ez innen már az idealizmus-realizmus vitához vezetne, ami újabb sötét fejezeteket eredményezne.

Ugyanakkor fontos újra rögzíteni, és e személyes részek leírása is ennek megerősítését szolgálta: ez egy elbeszélés. Azaz a szerző pozíciói erősen befolyásolják valóságértelmezését. Egy mainstream, üzleti alapon működő médium vezetőinek egyikeként biztosan erősebb a bizalmam a szektorban, mint másoknak, biztosan jobbnak és igazságosabbnak látom a piaci versenyt, mint ami egyébként a nagy kapitalista struktúrákról alkotott véleményemből következne, ugyanakkor biztosan erősebb a kulturális tőke szerepéről vallott hitem egyenlőségpárti meggyőződésem miatt, és biztosan szűkebb e szöveg médiakritikai tartománya, mint lehetne, ha nem olyasvalaki írná, akinek erős a tudása arról, hogy a legjobb meggyőződések, a legjobb tudások és a roncsoló hatások elleni legerősebb ellentartások vezérlik cége, lapja működését.

Mindennek nyomán lesz az én médiatörténetem dramatikus helyett vidám disztópia. Olyan, amelyik legvégül is mélyen hisz az újságírásban.



5. Újságírók márpedig lesznek

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A kötet megjelenése annak köszönhető, hogy a szöveg alapját jelentő cikkek felhasználásához hozzájárultak a jogtulajdonosok, a *24.hu*-t kiadó Central Médiacsoport Zrt., valamint az *Ellensúly* folyóiratot kiadó Ökopolisz Alapítvány.

A kézirat első változatához fűzött megjegyzésekért, kritikákért külön köszönet Fehér Renátónak, Pap Szilárd Istvánnak, Schultz Nórának, valamint – véleménykülönbségeink ellenére – a szerkesztő Szarka Károlynak. Ezek az észrevételek jelentősen hozzájárultak a gondolkodásom és a szöveg alakulásához.

IRODALOMJEGYZÉK

A Facebook fizetni fog a hírekért Ausztráliában, *24.hu*, 2021. február 25.

A G7 pénzügyminiszterei elkötelezték magukat a globális minimumadó mellett, *24.hu*, 2021. június 5.

Barabási-Albert László: *A képlet*, Libri Kiadó, Budapest, 2018

Bátorfy Attila: 61 helyreigazítási pert vesztett a kormánypárti, 4-et a független média tavaly, *Átlátszó*, 2020. február 10.

Ellenőrizni kezdi a Facebook, hogy milyen valótlanságokat terjesztenek a magyarok, *24.hu*, 2021. március 2.

Erdélyi Katalin: 57 helyreigazítási pert vesztett 2020-ban a lakájmédia – az Origo és a Pesti Srácok az élen, *Átlátszó*, 2021. február 18.

Helyreigazítás, *hircsarda.hu*, 2010. július 2.

Facebook paid just £28m tax after record £1.6bn revenues in UK, *The Guardian*, 2019. október 11.

Facebook pays less than $17m in tax in Australia, *Financial Review*, 2020. június 1.

Fischer, Mark: *Kapitalista realizmus*, Napvilág Kiadó, Budapest, 2020

Fukuyama, Francis: Against Identity Politics, *Foreign Affairs*, 2018. szeptember

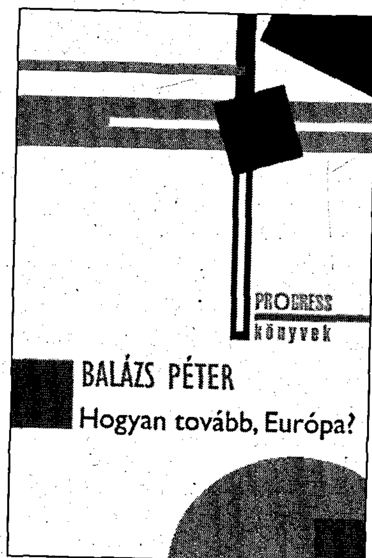
Fukuyama, Francis: *Bizalom*, Európa Kiadó, Budapest, 2007

Greenwald, Glenn: Beyond BuzzFeed: The 10 Worst, Most Embarrassing U.S. Media Failures on the Trump-Russia Story, *The Intercept*, 2019. január 20.

Han, Byung-Chul: *Pszichopolitika*, Typotex Kiadó, Budapest, 2020

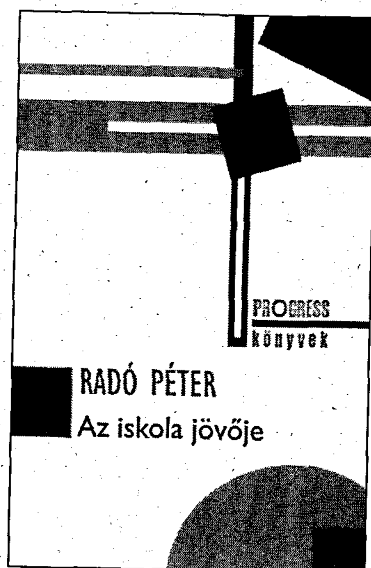
Harari, Yuval Noah: *21 lecke a 21. századra*, Animus Kiadó, 2018

Kundera, Milan: *A lét elviselhetetlen könnyűsége,* Európa Kiadó, 2010
Lakoff, George: *Ne gondolj az elefántra!,* Napvilág Kiadó, 2006
Levin, Mark R.: The Unfreedom of Press, Simon and Schuster, 2019
Magyar Reklámszövetség: Reklámtorta 2020, *mrsz.hu,* 2021. április 14.
Morin, Rebecca: Armed man arrested near D. C. pizzeria targeted by fake news, *politico.com,* 2016. április 12.
Munkavállalói jogokat kaptak az Uber-sofőrök az Egyesült Királyságban, *forbes.hu,* 2021. március 1.
Orbán a Hír TV-nek: Fake Newsnak nem nyilatkozom, *hvg.hu,* 2018. március 10.
Orbán Viktor beszéde az Európai Parlament plenáris ülésén (2011. január 19.), 2010–2014., *kormany.hu*
Pető Péter: A hivatás igazsága, az igazság hivatása, *Ellensúly,* 2019/2
Pető Péter: A lájkok uralma a magyar demokrácia halála, *24.hu,* 2018. szeptember 21.
Pető Péter: Az objektív újságírás halott, de valójában nem is élt sohasem, *24.hu,* 2019. november 2.
Pető Péter: Ubergáz, *Népszabadság,* 2015. június 29.
Sen, Amartya: *Az igazságosság eszméje,* Osiris Kiadó, 2021
Stephens-Davidowitz, Seth: *Mindenki hazudik,* Athenaeum Kiadó, Budapest, 2019
Streeck, Wolfgang: Citizens as customers, *New Left Review,* 2012
Snyder, Timothy: *A szabadság felszámolása,* 21. Század Kiadó, Budapest, 2019
Török Gábor: Orbán óriásplakátokon nélkülözhetetlen, de a mindennapokhoz nem kell, Bita Dániel és Pető Péter interjúja, *24.hu,* 2019. október 7.

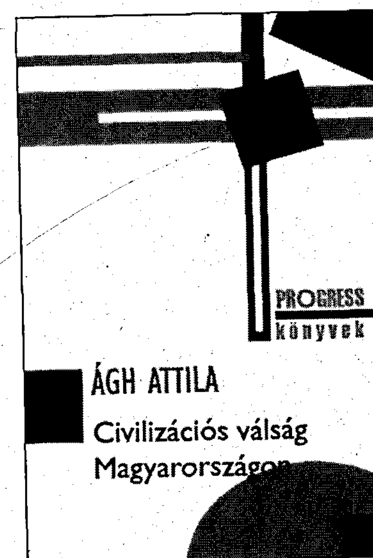


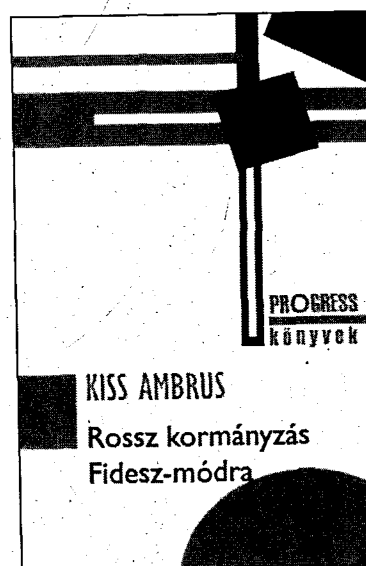
2400 Ft, 168 oldal

2400 Ft, 168 oldal



2400 Ft, 140 oldal





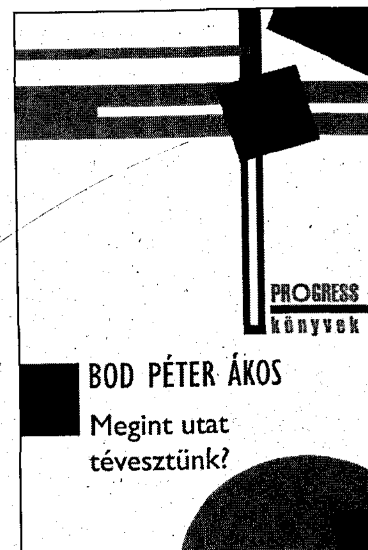
2400 Ft, 168 oldal



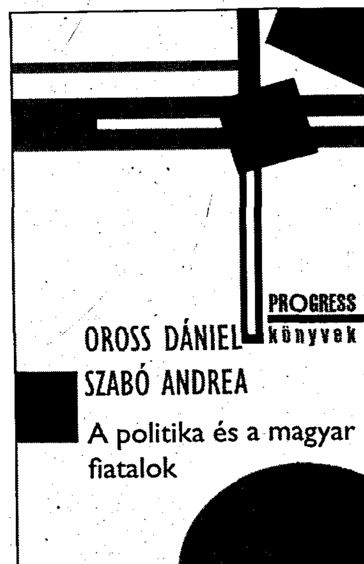
2400 Ft, 112 oldal



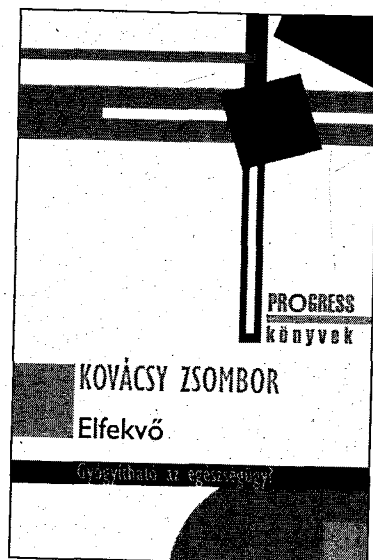
2400 Ft, 144 oldal



2400 Ft, 148 oldal

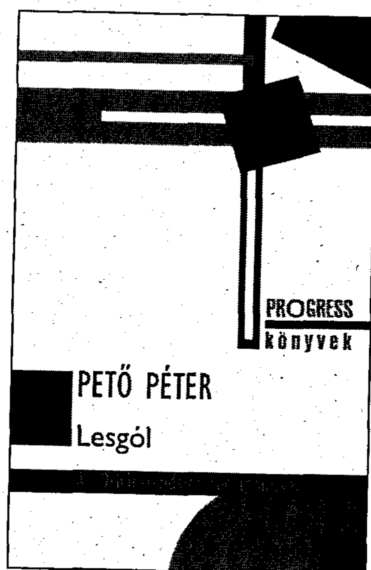


2600 Ft, 120 oldal

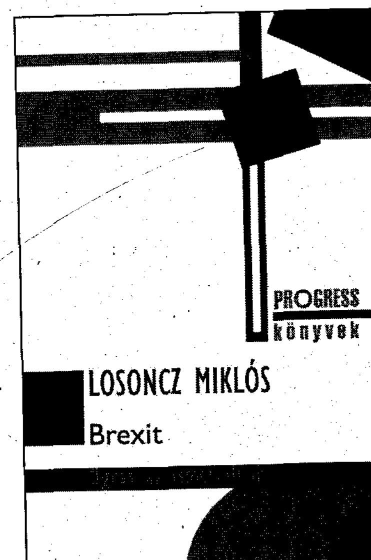


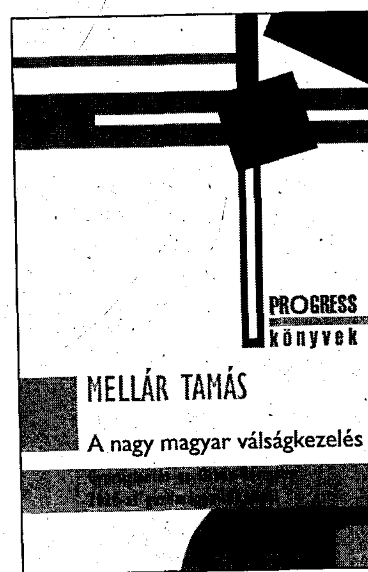
2600 Ft, 136 oldal

2600 Ft, 120 oldal

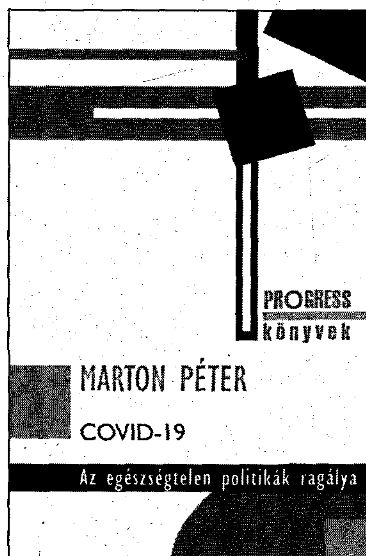


2990 Ft, 152 oldal



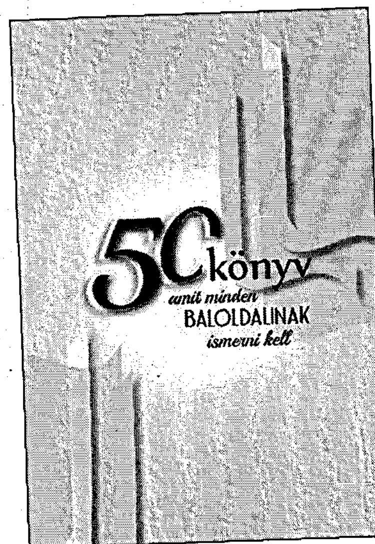


2990 Ft, 152 oldal

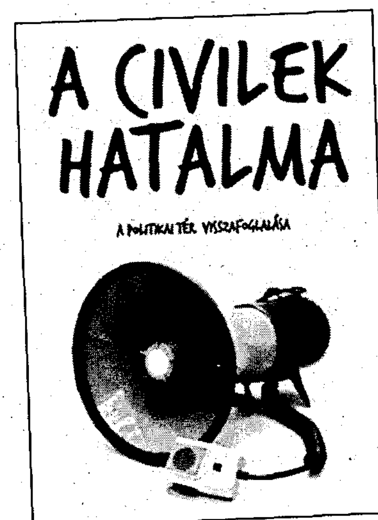


2600 Ft, 140 oldal

A PROGRESS Alapítvány támogatásával megjelent további könyveink



2990 Ft, 304 oldal



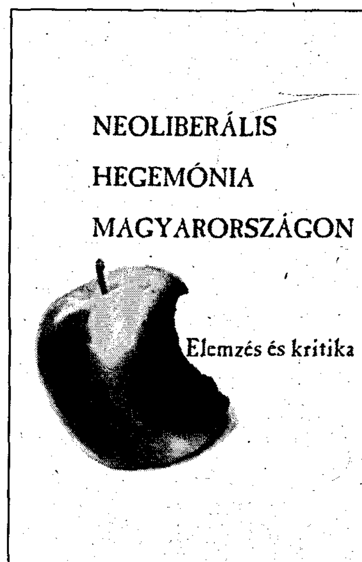
2990 Ft, 304 oldal



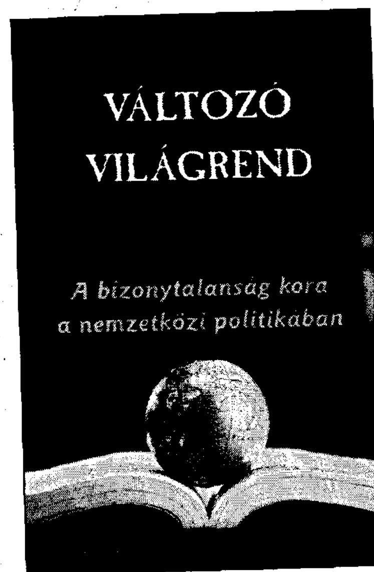
3990 Ft, 320 oldal



3400 Ft, 188 oldal



3990 Ft, 200 oldal



3990 Ft, 288 oldal

A Progress Alapítvány rövid bemutatása

Az Alapítvány 2015. március 19-én 01-01-0012029 sorszám alatt került nyilvántartásba. Az Alapítvány alapítója Tunyogi László, a kuratórium tagjai: Ágh Attila (elnök), Fleck Zoltán és Kocsis András Sándor (tagok). Az Alapítvány fő célja a progresszív politikai és közpolitikai kutatások magyarországi támogatása: (1) társadalomtudományi kutatás és oktatás, könyv és folyóirat kiadása, valamint rendezvények szervezése, (2) a progresszív irányzat fontos alakjai munkásságának magyarországi megismertetése. Az Alapítvány céljainak megvalósítására az alábbi tevékenységeket végzi: kutatásokat kezdeményez, szervez és valósít meg, díjakat alapít, hazai és nemzetközi kapcsolatokat épít ki, ösztöndíjakat alapít, pályázatokat ír ki, bonyolít és finanszíroz, szakemberek továbbképzését támogatja, kiadványokat támogat, tudományos rendezvényeket szervez, kapcsolatokat tart hasonló szervezetekkel, nemzetközi hálózatot szervez és támogat, „tiszteletbeli tag" címet adományozhat.

Részletes és aktuális információ található az Alapítvány honlapján: progressalapitvany.hu
Facebook-oldal: facebook.com/progressalapitvany



Fotó: Marjai János

Pető Péter (1984), hírlapíró. A Reporters Without Borders nemzetközi sajtószabadság-díjának jelöltje, Bossányi Katalin-, Junior Prima-, Minőségi újságírásért-díjas újságíró. A *24.hu* főszerkesztője, a Népszabadság korábbi főszerkesztő-helyettese. Ez a hatodik könyve.



2990 Ft

ISSN 2560-0443

Ha hinni lehet a statisztikának, Magyarországon minden a legnagyobb rendben volt a 2020-as koronavírus-járvány előtt: magas volt a gazdasági növekedés üteme, nőttek a keresetek, csökkent a munkanélküliség. Az Orbán-kormánytól sokan várták, hogy a történelmi jelentőségű program tavaszi meghirdetése után eredményesen kezeli majd a válságot, de nyár végére a történelmi nagyság már nem a csomagra, hanem éppen a gazdasági visszaesésre volt igaz. A járvány második, őszi hullámának idején hozott intézkedések sem adnak okot a megnyugvásra, miközben felszínre került a gazdaság több strukturális problémája is.
Mellár Tamás egyetemi oktatóként, kutatóként, ellenzéki országgyűlési képviselőként és a Gazdasági Bizottság alelnökeként, az eseményeket kívülállóként, mégis egészen közelről szemlélve készített gyorsjelentést a kormány válságkezelő programjáról. A járvány terjedése kiszámíthatatlan, és nem tudhatjuk, meddig tart és hogyan ér véget a nyomában kialakult gazdasági válság, a szerző markáns véleményét olvasva azonban könnyebben megérthetjük, mi is történik körülöttünk.

NORAN LIBRO
www.noranlibro.hu
kiado@noranlibro.hu
www.facebook.com/noranlibro